



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE TURISMO

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA
UNIVERSITARIA A LAS AFUERAS DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO
DE MANABÍ EN EL CANTÓN MANTA”**

AUTORA

NATHALIA CHAMORRO CASTRO

TUTOR

ING. LIZANDRO ANTONIO MOLINA SABANDO

MANTA, ABRIL 2023

DEDICATORIA

Dedico este gran logro principalmente a mis padres, por ser mi base, mi apoyo en cada momento que los necesité, por inculcarme todos los valores que poseo y por ser las únicas personas que a pesar de todos los problemas que pude causar siempre estuvieron para darme una mano durante todo mi proceso de aprendizaje, desde que inicie siendo una infante y hasta a donde estoy el día de hoy, culminando mi etapa universitaria, y sabiendo que de aquí en adelante seguirán estando para mí.

Dedico también este logro a todas aquellas personas que estuvieron junto a mí, personas a las que conocí siendo estudiante de pregrado y con las cuales estoy muy agradecida, de la misma forma va dedicado para mí misma, por no tomar la decisión de dejar las cosas a medias, por seguir luchando y esforzándose por lograr grandes resultados y demostrándose a sí misma que no hay nada que no se pueda lograr siempre y cuando luche por ello, sin importar el tiempo que tome, porque nunca es tarde para realizar las cosas que se quieren lograr.

- *Nathalia Chamorro Castro*

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos infinitos son primordialmente a Dios, por darme la oportunidad de llegar a este momento de la vida con diversos conocimientos y experiencias adquiridas a lo largo de la etapa universitaria, por permitirme continuar con salud y bienestar, por mantener a mis seres queridos a mi lado apoyándome en todo momento y por todos los momentos de dificultad que permitieron que creciera aún más como persona. Realmente no encuentro las palabras para dar a conocer lo inmensamente agradecida que me encuentro con mis padres Lucy Castro Montenegro y Edgar Arnulfo Chamorro Romo por toda la paciencia que tuvieron y todo el amor que me brindan día a día, y que a pesar de ser una persona que no le gusta expresar totalmente el cómo se siente, sin dudarlo estuvieron siempre presentes para apoyarme y motivarme a continuar y que en definitiva, sin ellos no estaría aquí hoy.

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por permitirme llevar a cabo mi formación académica, a cada uno de los docentes que hicieron parte de la misma, también a aquellos docentes que no se encuentran con nosotros el día de hoy, pero siempre se los recordará con mucho aprecio y gratitud.

Agradezco al Ingeniero Lizandro Antonio Molina Sabando por brindarme su tiempo y paciencia, por ser mi tutor y guía en la realización de este proyecto de titulación, por su preocupación y dedicación que me ayudaron a cumplir con mi objetivo.

Por último agradezco a cada persona que conocí en el momento en que decidí llegar a Ecuador para realizar mi formación profesional, sean buenos o malos recuerdos, cada persona fue importante para mí desarrollo personal.

A TODOS Y CADA UNO, MUCHAS GRACIAS.

- *Nathalia Chamorro Castro*

ÍNDICE GENERAL

Resumen	10
Summary.....	11
Introducción.....	12
Idea del negocio.....	12
Justificación	13
FODA	15
Objetivos.....	16
Objetivo general.....	16
Objetivos específicos	16
Misión, visión y valores.....	17
Misión	17
Visión.....	17
Valores y otros aspectos.....	17
CAPITULO I.....	18
Marco referencial.....	18
Innovación:	18
Propuesta:.....	18
Modelo de negocios CANVAS:.....	19
Segmentos de clientes:.....	19
Propuesta de valor:.....	20
Canal:	20
Relación con el cliente:.....	20
Fuentes de ingresos	20
Recursos Claves:	20
Actividades claves:	20
Estructuras de costos:.....	20

Perfil de mercado.....	21
CAPITULO II.....	25
Modelo de negocios.....	25
Segmentos de Clientes	26
Propuesta de Valor	27
Canales	33
Relación con el Cliente	34
Recursos Clave	34
Aliados Clave	36
Actividades Clave	37
CAPITULO III.....	38
Diseño metodológico.....	38
Investigación Mixta	38
Investigación de Campo	39
Investigación Documental	39
Estudio de la oferta y demanda	39
CAPITULO IV.....	46
Estudio financiero.....	46
Flujo de ingresos	46
Precio óptimo	46
Capacidad instalada	46
Fuentes de ingreso	47
Estructura de costos.....	48
Costo de inversión	48
Préstamo bancario	49
Costos salariales	49
Costos de servicios básicos	50
Gastos.....	50

Depreciación	50
Gastos financieros	51
Capital de trabajo	52
Proyección de los estados financieros.....	52
Indicadores Financieros	56
Valor Actual Neto (VAN)	56
Tasa Interna De Retorno (TIR)	57
Relación costo beneficio	58
Periodo de recuperación	59
Interpretación de los indicadores financieros	60
Punto de equilibrio	60
Conclusiones.....	62
Recomendaciones	63
Bibliografía.....	64
Anexos	66
Modelo de encuesta.....	66
Resultados y análisis de la encuesta.....	69
Perfil de trabajadores	81
Uniforme	83
Ingresos Proyectados	88
Costos proyectados	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA.....	15
Tabla 2 Lienzo Canvas	25
Tabla 3 Demanda Histórica.....	26
Tabla 4 Demanda Actual.....	26
Tabla 5 Distribución de áreas	30
Tabla 6 Áreas	31
Tabla 7 Demanda	40
Tabla 8 Tamaño de la muestra	45
Tabla 9 Precio y costo de la cafetería.....	47
Tabla 10 Ingreso por alquiler	48
Tabla 11 Plan de inversión y origen de fondos	49
Tabla 12 Costos salariales	50
Tabla 13 Costos de servicios básicos	50
Tabla 14 Gastos de depreciación.....	51
Tabla 15 Préstamo Banco Internacional.....	51
Tabla 16 Capital de trabajo	52
Tabla 17 Balance Proyectado	53
Tabla 18 Estado de resultados proyectados.....	54
Tabla 19 Flujo de caja	55
Tabla 20 Periodos anuales VAN	56
Tabla 21 Valores VAN.....	56
Tabla 22 Valor actual neto	57
Tabla 23 Tasa interna de retorno.....	58
Tabla 24 Costo beneficio.....	59
<i>Tabla 25 Periodo de recuperación.....</i>	<i>59</i>
Tabla 26 Punto de equilibrio	61
Tabla 27 Género	69
Tabla 28 Ciudad en donde vive.....	70
Tabla 29 A qué se dedica?.....	71
Tabla 30 Edad.....	72
Tabla 31 Asistiría a la cafetería?	73
Tabla 32 Frecuencia	74

Tabla 33 Valor semanal.....	77
Tabla 34 Tiempo	78
Tabla 35 Horario	79
Tabla 36 Grado de importancia.....	80
Tabla 37 Perfil de trabajador Administrador.....	81
Tabla 38 Perfil de trabajador Barista.....	82
Tabla 39 Perfil de trabajador Mesero/a	82
Tabla 40 Equipo de oficina	83
Tabla 41 Equipo de computo	83
Tabla 42 Equipos y herramientas	84
Tabla 43 Muebles y enseres	84
Tabla 44 Menaje y lencería	84
Tabla 45 Costos de permisos de funcionamiento y constitución de la empresa	85
Tabla 46 Costos de constitución de la empresa.....	85
Tabla 47 Depreciación anual.....	86
Tabla 48 Sueldos y Salarios	87
Tabla 49 Ingresos año 1	88
Tabla 50 Ingresos año 2	90
Tabla 51 Ingresos año 3	92
Tabla 52 Ingresos año 4	94
Tabla 53 Ingresos año 5	96
Tabla 54 Costos año 1	98
Tabla 55 Costos año 2	100
Tabla 56 Costos año 3	102
Tabla 57 Costos año 4	104
Tabla 58 Costos año 5	106
Tabla 59 Lاپso y cronograma de ejecución.....	108

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Localización del proyecto	29
Ilustración 2: Diseño Interno (referencia)	30
Ilustración 3: Diseño interno coworking (referencia)	30
Ilustración 4: Alimentos de referencia	31
Ilustración 5: Bebidas de referencia	32
Ilustración 6: Café de referencia	32
Ilustración 7: Café de Buesaco (proveedor)	33
Ilustración 8: Logo de la Cafetería Urcunina	35
Ilustración 9 Encuesta según su dedicación	41
Ilustración 10 Asistiría a la cafetería coworking?	42
Ilustración 11 Encuesta frecuencia de asistencia a la cafetería coworking?	43
Ilustración 12 Valor destinado a la cafetería	43
Ilustración 13 Género	70
Ilustración 14 Ciudad en donde vive	71
Ilustración 15 A qué se dedica?	72
Ilustración 16 Edad	73
Ilustración 17 Asistiría a la cafetería?	74
Ilustración 18 Frecuencia	75
Ilustración 19 Motivaciones	75
Ilustración 20 Alimentos y bebidas	76
Ilustración 21 Valor semanal	77
Ilustración 22 Tiempo	78
Ilustración 23 Horario	79
Ilustración 24 Grado de importancia	80
Ilustración 25: Delantal y camisa	83

Resumen

La presente propuesta consiste en la creación de espacios coworking con cafetería, los estudios para el desarrollo de esta propuesta tienen lugar en diagonal a la tercera entrada de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Este emprendimiento tiene como nombre cafetería “Urcunina”, es un establecimiento de restauración y trabajo, el cual busca brindar un lugar idóneo para realizar actividades de forma segura y tranquila, con alimentos y bebidas para el público objetivo que es principalmente la comunidad universitaria, dicho público objetivo fue encuestado para conocer a detalle los gustos y preferencias a la hora de la restauración la información valiosa aportar al desarrollo de la propuesta de valor donde buscamos satisfacer las necesidades con elementos primordiales atreves de la seguridad, confianza y calidad manteniendo nuestros de los futuros clientes satisfecho y fidelizados.

El diseño de la cafetería tendrá un estilo un poco rustico moderno, teniendo presente la madera en puertas, paredes, escaleras y decoraciones, así mismo acompañado de vegetación, los cuales brindan una sensación de tranquilidad y comodidad, logrando la relajación y logrando concentrarse en sus propias actividades acompañado de un delicioso café u otra bebida.

El estudio se ha realizado con diversos instrumentos de evaluación como la investigación de campo, encuestas, entrevistas y fuentes bibliográficas, estos métodos de investigación nos ayudan a aclarar, conocer y comprobar de manera eficiente la viabilidad y rentabilidad; también se ha generado un plan de negocios y su proyección para 10 años de ejecución, siendo el resultado del estudio técnico financiero.

Summary

This proposal consists of the creation of coworking spaces with a coffee shop; the studies for the development of this proposal take place diagonally to the third entrance of the University Laica Eloy Alfaro of Manabí.

This venture is called "Urcunina" coffee shop, it is a catering and work establishment, which seeks to provide an ideal place for activities in a safe and quiet way, with food and drinks for the target audience which is mainly the university community, the target audience was surveyed to know in detail the tastes and preferences at the time of restoration, valuable information contributes to the development of the value proposition where we seek to meet the needs with primary elements through safety, confidence and quality, keeping our future customers satisfied and loyal.

The design of the cafeteria will have a modern rustic style, having present the wood in doors, walls, stairs and decorations, also accompanied by vegetation, which provide a sense of tranquility and comfort, achieving relaxation and getting to concentrate on their own activities accompanied by a delicious coffee or other beverage.

The study has been conducted with various evaluation tools such as field research, surveys, interviews and bibliographic sources, these research methods help us to clarify, learn and check efficiently the feasibility and profitability, also has generated a business plan and its projection for 10 years of implementation, being the result of the technical-financial study.

Introducción

Idea del negocio

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, tiene gran actividad de exportación e importación, además cuenta con el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro que aporta con el flujo constante de turistas. La ciudad es llamada “La Puerta del Pacífico” por ser uno de los principales puertos para la economía ecuatoriana. En el censo de 2010 tenía una población de 217.553 habitantes, lo que la convierte en la séptima ciudad más poblada del país. (manta.gob.ec, 2021)

La pandemia ha afectado mundialmente y en gran medida a la mayor parte del sector de alimentos y bebidas, entre ellos los restaurantes, bares, cafeterías, discotecas, entre otros, tanto que varios tuvieron que cerrar por falta de presupuesto para mantener el negocio, otros tuvieron que recortar el personal y la cantidad de clientes que podían admitir. Los que actualmente se encuentran laborando pudieron adaptarse a las normativas de bioseguridad señaladas por la OMS (Organización Mundial de la Salud) realizando el respectivo distanciamiento social, desinfección del lugar, la desinfección de las manos y los zapatos al ingresar, el uso constante de la mascarilla y también el uso de servicio a domicilio, que fue y es uno de los servicios más solicitados en medio de la emergencia sanitaria.

En la ciudad de Manta, según datos tomados del Catastro Turístico 2021 hay un total de 50 cafeterías, de las cuales 3 son nuevas, y teniendo en cuenta la crisis sanitaria por la que pasamos a partir del año 2020, se podría concluir que algunos de ellos tuvieron que haber cerrado, pero en el transcurso de los años 2020 y 2021, ni una sola cafetería dio por cerrado su establecimiento.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí fue creada mediante Ley No. 10 publicada en el Registro Oficial No. 313 de noviembre 13 de 1985, es una institución de Educación Superior que tiene su sede en Manta, una de las cinco principales ciudades del Ecuador (ULEAM,

2007), y hasta el momento no cuenta con un establecimiento comercial externo que tenga como función brindar servicio de cafetería, con las características necesarias para dar la mejor comodidad y atención a los estudiantes y personal de la universidad. Por ende, la idea de negocio es generar una cafetería coworking en la ciudad de Manta, ubicada en la tercera entrada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, que permita, a los estudiantes, profesores y personal de la universidad, tener un espacio propicio para descansar y desarrollar de sus actividades; y teniendo en cuenta que en ocasiones, y por la larga trayectoria que algunos estudiantes deben realizar por medio de transporte público, no desayunan, o si la jornada es extensa, no alcanzan a tomar la comida del medio día, por ello, tomarían alimentos menos saludables o incumplirían sus horarios de comidas a las cuales están acostumbrados o se acostumbraron por medio de las clases virtuales y semi presenciales.

Formulación del problema

¿Es factible la creación de una cafetería Coworking en la ciudad de Manta?

Justificación

La idea de conseguir un empleo seguro ya no es tan segura ni motivante, por lo cual, algunas personas han decidido optar por otra alternativa: el emprendimiento empresarial. Esto ha tenido un gran crecimiento, trayendo consigo un aumento de empleo, pero a pesar que es una ventaja para el desarrollo económico, la razón principal por la que muchos no se atreven a emprender es por miedo al fracaso. (Delgado, 2019)

Una razón para la realización de este proyecto de emprendimiento es superar el reto, a modo personal, que conlleva la creación de una nueva empresa desde la proyección de la idea inicial hasta averiguar por medio de la investigación la factibilidad del proyecto, y quizá llegar a la implementación del mismo. El proceso de recopilación y documentación de la información

será un punto fundamental para que el proyecto tenga un desarrollo viable.

La creación de este proyecto, el cual está enfocado para que las personas que hacen parte de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí puedan tomar un desayuno o un tentempié en el establecimiento, satisfaciendo sus necesidades con servicio de internet, alimentos y bebidas, pero sobre todo la mejor atención.

Hay ocasiones en las que los estudiantes que hacen parte de la comunidad de la universitaria deben desarrollar actividades antes o después de clases, por ende, es necesario un lugar especial para ellos, en el cual puedan trabajar cómodamente acompañados de unas deliciosas bebidas y/o alimentos, un buen ambiente y música como acompañante.

Un espacio coworking es una modalidad de trabajo cuya filosofía es atractiva para muchos, son espacios donde prevalece la flexibilidad, trabajo en equipo y la creatividad. Actualmente, gracias a la globalización, la distancia no es un problema para lograr obtener información de cualquier tipo, ya que se cuenta con recursos tecnológicos o medios de difusión masivos, como por ejemplo el internet; y acompañarlo con un lugar acogedor para realizar cada actividad que requiera, sea o no académica.

FODA

Tabla 1 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica para el fácil acceso de la comunidad universitaria.• Carretera en buen estado.• Capacidad de ser diferentes a otros establecimientos de comidas y bebidas en el sector.• Socios estratégicos.	<ul style="list-style-type: none">• Hábito en el consumo del café por parte de los posibles clientes.• Ingreso semestral de estudiantes a la universidad.• Alianzas con la universidad y/o unidad educativa.• Aumento de la demanda estudiantil.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Las líneas de buses no pasan por la tercera entrada de la Universidad.• El cliente objetivo no estará familiarizado con la marca, esto será una dificultad para los ingresos de los primeros meses.• Poco conocimiento del manejo de un establecimiento.• Capital financiero limitado.	<ul style="list-style-type: none">• Aumento de establecimientos afines al servicio de alimentos y bebidas.• Cambio de la necesidad del cliente.• Cierre de la institución educativa por vacaciones, protestas, etc.• Aumento de casos del covid-19 en la población.• Delincuencia actual.

Fuente: Propia

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una propuesta para la creación de una cafetería coworking con café colombiano en la Ciudadela Universitaria en la ciudad de Manta.

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de un establecimiento de alimentos y bebidas.
- Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, con qué canales de venta pretendemos llegar a ellos y las relaciones que pueden crearse.
- Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de alimentos y bebidas.
- Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para la cafetería.
- Realizar el análisis económico - financiero para determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo y bajo estos parámetros definir la viabilidad de ejecutar el mismo.

Misión, visión y valores

Misión

Satisfacer las necesidades de las personas, así mismo ofrecer estrictos estándares de higiene, seguridad y buen servicio, con calidad en sus platos, personal capacitado y responsable, logrando superar las expectativas de nuestros clientes.

Visión

Posicionar el negocio en el primer lugar como el lugar más idóneo para estudiantes y personal que labora dentro de la universidad, ser escogida como una de las mejores y reconocidas cafeterías en la ciudad Manta para el año 2028, siendo recomendados por nuestros clientes gracias a la excelencia de nuestros servicios, calidad, sabor y precios.

Valores y otros aspectos

- **Responsabilidad:** tanto el o los propietarios como el personal que trabaja en el lugar se encargaran de verificar que cada cliente haya recibido el servicio debido de forma eficiente.
- **Pasión:** se realizará cada labor dentro de la cafetería con energía y optimismo, estando siempre dispuesto a dar lo mejor de sí mismo.
- **Respeto:** garantizar un trato justo para cada uno de las personas que integran el personal de trabajo y los clientes.
- **Cortesía:** dar un trato amable, educado y profesional, buscado ofrecer la mayor comodidad a cada cliente.
- **Humildad:** reconocer y saber disculparse de forma adecuada y sincera si se cometió algún error, esto teniendo en cuenta que como seres humanos imperfectos y todos nos equivocamos.
- **Creatividad:** realizaremos mejoras e innovaciones adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes tanto en los productos como en los servicios que ofrecemos.

- **Trabajo en equipo:** generar un buen ambiente de trabajo, compañerismo y tener una constante comunicación, de tal forma que cualquier dificultad que se presente se pueda superar de forma rápida.

CAPITULO I

Marco referencial

Emprendimiento: Para Jeffrey A. Timmons (1989) “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados” (Proaño, 2014)

Innovación: Producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la Sociedad (LIBRO VERDE C.E. , 1995)

Propuesta: Arias señala que una propuesta “es un plan de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de la demostración de su factibilidad o posibilidad de realización” (Arias, 2006).

Mercado meta: Kotler define el mercado meta como “el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing” (Lucich, 2003)

Coworking: es el espacio físico de trabajo compartido, donde empresas pequeñas, startups, autónomos o profesionales independientes pueden llevar a cabo su actividad. (Alcalde, 2019)

Cafetería: Las cafeterías son aquellos establecimientos que presten servicios de platos combinados y/o bebida a cualquier hora, dentro de las que permanezcan abiertos, y que no precisarán ser ofrecidos en comedor independiente. (Cámara Zaragoza, 2008)

Plan de negocios: Según Jack Fleitman un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (UNIVERSITAS AMERICARUM, 2008)

Comensal: Persona que come con otras en el mismo lugar, en la misma mesa. (Lexico, 2019)

Gastronomía: Según Jean Anthelme Brillat-Savarin, es un conocimiento, un entendimiento, sobre todo lo que tiene que ver con la comida. Su objetivo es asegurar la supervivencia de la humanidad gracias a una alimentación sabrosa y adecuada. (Muzeum Gastronomie, 2013)

Estándares: Según la ISO: “Los estándares son acuerdos (normas) documentados que contienen especificaciones técnicas u otros criterios precisos para ser usados consistentemente como reglas, guías, o definiciones de características para asegurar que los materiales productos, procesos y servicios se ajusten a su propósito” (Vergara, 2018)

Estudio de factibilidad: Según Varela, “son las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Duvergel Cobas & Argota Vega, 2017)

Barista: es un italianismo que en su lengua original designa al camarero que atiende la barra de un café o bar. En español (especialmente en zonas de América), se ha especializado para aludir al experto en preparar y servir café en sus diversas variedades. (RAE, s.f.)

Modelo de negocios CANVAS: Según el libro Generación de Modelos de Negocio, menciona que el Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones (Osterwalder, 2011).

Segmentos de clientes: ¿Quiénes son tus clientes? Dependiendo de la empresa que tengas en mente los clientes pueden ser de tipos diferente.

Propuesta de valor: Lo que te diferenciará de las demás empresas, por qué el cliente va a comprar tu producto no a la competencia. Podrás diferenciarte de otras empresas siempre y cuando tengas una ventaja competitiva, que puede ser de diferentes tipos: ventaja de costo, ventaja por diferencia de producto, o ventaja de transacción (el acceso de tus clientes para comprar tu producto). (Betancourt, 2016).

Canal: ¿Cómo podrán comprar tu producto? Debes tener en cuenta cómo vas a distribuirlo, sobre todo si en tu modelo de negocio te comprometes a ser rápido.

Relación con el cliente: Tienes que pensar si tus clientes requieren un trato personalizado y exclusivo, si va a existir una relación personal con ellos, o si vas a tener autoservicio o va a ser automatizado.

Fuentes de ingresos: No solamente tienes que pensar a qué precio te vendrá bien a ti vender tu producto, sino que lo importante es saber qué están dispuestos a pagar tus clientes por tu producto. Por lo tanto, la fuente de ingreso tiene que permitir que la empresa sea rentable, pero siempre pensando que tiene que ser acorde con lo que pide el consumidor.

Recursos Claves: Para que funcione el modelo de negocio hacen falta una serie de recursos físicos e intelectuales (como patentes o derechos de autor), humanos y financieros que seguro vas a necesitar.

Actividades claves: Se trata de todo lo necesario para llevar a cabo tu propuesta de valor, como la producción, la solución de problemas, la plataforma, etc.

Socios claves: Saber cuáles van a ser tus alianzas estratégicas para poder conseguir más recursos.

Estructuras de costos: Tienes que decidir cómo quieres enfocar tus costos entre dos tipos diferentes: bajando el costo del producto y automatizando la producción, o bien teniendo en cuenta la creación de valor para el consumidor.

Análisis de mercado: es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado

particular en tu industria e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más.

Algunos factores que intervienen en un análisis de mercado son:

- **Tamaño del mercado:** Mientras más grande es el mercado, mayor será la probabilidad de éxito. Consiste en asegurar que los productos y servicios destaquen y asignarles el precio adecuado según su extensión.
- **Tasa de crecimiento del mercado:** Identificar la duración del mercado, analizar si tiene crecimiento y el tiempo en el que se logrará percibirlo.
- **Rentabilidad del mercado:** Analiza si el mercado tiene una buena rentabilidad. De lo contrario la inversión no vale la pena. Para esto se debe considerar el poder del comprador, el poder del proveedor, las barreras de entrada, etc.
- **Canales de distribución:** Necesita evaluar si los canales de distribución son buenos y son suficientes para dar a conocer los productos y servicios y asegurar su éxito en el mercado.
- **Costos:** Consiste en saber cuánto se requiere para poder llevar los productos y servicios al mercado. (QuestionPro, 2020)

Perfil de mercado. Esta sección de su plan debe demostrar que usted tiene conocimientos claros y entiende cómo se desarrolla el mercado en el cual pretende comercializar su producto o servicio (Ciribeli & Miquelito, 2014).

Competencia: Esta sección debe revelar cómo los productos y servicios de la empresa encajan con el ambiente competitivo. Demuestra cómo el plan lidia con las barreras de entrada de la industria. (Abproject, 2018)

Fuentes de financiación: Uno de los requisitos más importantes para la puesta en marcha de un negocio (y desde luego para continuar), es contar con las adecuadas fuentes de financiación.

Se trata en resumen, de disponer de los recursos necesarios para poder mantener la actividad.

Estos se pueden obtener básicamente por dos vías:

- **Recursos propios:** Son las aportaciones de los socios y los recursos generados por la propia actividad. Los beneficios pueden ser distribuidos entre los socios o permanecer en la sociedad. Son recursos que podemos considerar a largo plazo y no exigibles.
- **Financiación ajena:**
 - Recursos monetarios obtenidos de entidades financieras o de otras fuentes: créditos o préstamos, operaciones de leasing, emisión de obligaciones, bonos, etc. y que pueden ser a largo plazo o corto.
 - Derivados de la actividad habitual, típicamente las deudas a proveedores (incluidos financieros a corto), y que generalmente son exigibles a corto plazo.

A la hora de escoger una fuente de financiación es conveniente tener en cuenta: su objetivo, su duración, su exigibilidad, su coste. (ciberconta, s.f.)

Patente Municipal (Municipio de Manta)

Para el correcto funcionamiento alineado a los reglamentos este documento se lo genera en el Municipio de la ciudad, el mismo que debe inscribir en la Jefatura de Rentas, y es importante recordar que cada año hay que renovar el documento en función del crecimiento o no de los activos del establecimiento. Los Sus requisitos son:

- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia de escritura de constitución de la empresa
- Copia de la resolución de compañías

Cuerpo de Bomberos – Permiso de Funcionamiento

Para generar este documento se debe enviar una solicitud al primer jefe de Bomberos del cantón con el fin de realizar una inspección al establecimiento; la misma que la empresa deberá disponer de extintores, una toma de agua en el exterior del local, mangueras, y todas las normas

establecidas para la prevenciones de incendios, luego de este proceso el Cuerpo de Bomberos emitirá un informe donde se especifique que el establecimiento puede funcionar con normalidad y, finalmente se entregará un certificado que indique que la inspección ha sido realizada y que se ha cumplido con los pagos anuales según la categoría de la empresa. Los requisitos que se necesitan son:

- Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos
- Informe técnico de inspección favorable
- Copia del certificado de uso de suelo
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de RUC

Licencia Única de Funcionamiento (Dirección Provincial de Turismo)

Este es el documento principal que todos los establecimientos de alimentación y restauración deben tener a disposición el organismo encargado de regularlo es el MINTUR mismo que regula la lista de precios y categorizar al establecimiento tomando en cuentas sus características físicas; esto por medio de un inspector de la entidad. Los requisitos para obtener el registro son:

- Copia del título de propiedad registrado en el juzgado del inquilinato
- Permiso de uso de suelo
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad
- Lista de precios del interesado
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.

Servicio de Rentas Internas – RUC

Este registro se lo obtiene en el Ministerio de Finanzas, el cual permite identificar al establecimiento para su pago del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado.

Sus requisitos son:

- Copia de la carta de agua, luz, teléfono
- Copia de la cédula
- Ubicación del establecimiento
- Teléfono
- Carta de agua potable
- Cobranza del impuesto predial de acuerdo con el sitio y la construcción.

CAPITULO II

Modelo de negocios

Tabla 2 Lienzo Canvas

<p style="text-align: center;">Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productores de café “Café de Buesaco”. • Empresas de catering. • Prestadores de servicios de transporte rápido. • Empresas de internet. 	<p style="text-align: center;">Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y monitoreo con los proveedores. • Capacitación del personal. • Buena atención al cliente. • Actualización constante de las redes sociales. • Mantenimiento y limpieza. 	<p style="text-align: center;">Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Café importado de Colombia. • Otorgar seguridad al cliente con los adecuados protocolos de bioseguridad. • Espacio Coworking. • Productos de excelente sabor y presentación. • Servicio a domicilio. • Servicio personalizado. 	<p style="text-align: center;">Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio rápido y eficiente. • Comunicación eficiente por medio de las redes sociales. • Monitoreo constante de la calidad e higiene. • Ofertas especiales. 	<p style="text-align: center;">Segmentos de Clientes</p> <p>Estudiantes, docentes y personal de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.</p>
	<p style="text-align: center;">Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital humano (Barista, meseros). • Local (3ra entrada Uleam). • Recursos tecnológicos (Datáfono, Máquinas). • Materias primas (Café). • Redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram). • Mobiliario (Mesas, sillas). • Vajilla (Platos, cubertería). • Seguridad (CCTV). 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web. • Local. • Redes sociales. (Facebook, WhatsApp, Instagram) 	
<p style="text-align: center;">Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima. • Pago a personal. • Pago de servicios básicos. • Maquinaria. • Alquiler del local. • Mantenimiento del local y de la maquinaria. • Herramientas de aseo. • Publicidad. 			<p style="text-align: center;">Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forma de pago en efectivo o tarjeta. • Venta de café y sus diferentes tipos. • Venta de alimentos. • Venta de jugos. • Termos o envases para las bebidas. 	

Fuente: Propia

Elaborado por: Nathalia Chamorro Castro

Segmentos de Clientes

El objetivo de la segmentación de clientes en el modelo de negocios, es buscar los uno o más grupos de personas a los cuales voy a dirigir el emprendimiento y la propuesta de valor que posee, para el presente proyecto se aplica una encuesta dirigida a los estudiantes y personal de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en Manta, adquiriendo estadísticas sobre las preferencias de los clientes objetivo.

Según datos obtenidos de la Secretaría general, en el segundo periodo del año 2021, hubo un total aproximado de 18.312 estudiantes incluyendo estudiantes en prórroga de titulación en Manta, y según Talento Humano de la universidad, hay 543 administrativos, 319 trabajadores de servicios y 1195 docentes, dando un total de 2057 pertenecientes al Régimen Laboral.

Tabla 3 Demanda Histórica

Año	Tasa de crecimiento anual	Demanda
2015		565
2016	16%	657
2017	20%	789
2018	23%	968
2019	24%	1204
2020	78%	2139
2021	756%	18312

Fuente: (Saltos Zamora & Franco Mero, 2020)

Tabla 4 Demanda Actual

Año	Demanda
2021	18312

Fuente: secretaria general (ULEAM)

Elaborado por: Autora

Análisis de la oferta

Teniendo en cuenta que la cafetería está dirigida a la comunidad universitaria de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, se llevó a cabo una investigación del sector y los

establecimientos aledaños a la universidad. Para este proyecto se tomaron como referencia 4 cafeterías cercanas a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí como en la ciudadela universitaria, ciudadela los eléctricos, ciudadela las acacias, entre otros. (Cafetería Louis XIV Manta, Café Marrón, Cafetería Alma de Cigarra, El balcón D' Jhon – Steffy.), teniendo como finalidad conocer lo que brindan y de este modo poder dar al cliente un producto y servicio diferente al de los demás.

De la misma forma se investigó el crecimiento poblacional de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí desde el 2015 con apenas 565 estudiantes hasta el 2021 con 18312 estudiantes

El resultado de la investigación nos arrojó que cerca de la tercera entrada de la universidad no existe una cafetería coworking, pero en un sector muy cercano existe una cafetería llamado Louis XIV que contribuye el servicio de restauración a la comunidad.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor son los productos y servicios que crean valor en la empresa para un segmento de clientes específico, ésta permite que los clientes se interesen y vuelvan a la empresa o compañía una y más veces. La cafetería será un espacio seguro de reunión para la comunidad universitaria, donde puedan tener un momento de trabajo y/o esparcimiento disfrutando de los alimentos y bebidas que se ofrezca.

Aspectos como brindar un café de calidad para servir en el lugar o para llevar, que el cliente pueda ver y conocer algunos de los métodos de extracción de café y sus instrumentos, la rapidez en la elaboración y entrega de las bebidas, el servicio domiciliario y las diferentes promociones que se manejarán de forma eventual, crearan valor a la cafetería.

Cafetería Urcunina

Como una nueva opción de restauración, teniendo como base los conceptos esenciales de seguridad, bioseguridad, ubicación y calidad alimentaria, se crea la cafetería Urcunina, un lugar donde tiene como cliente primordial a la comunidad universitaria, permitiendo que experimente satisfacción y tranquilidad de forma única y atípica.

La cafetería Urcunina ofrecerá un espacio coworking, un lugar seguro para compartir y trabajar a gusto solo/a o en compañía de otras personas, abriendo la puerta a un ambiente de concentración y creatividad para desarrollar proyectos o ideas y a la vez acceder a un área café de calidad. La calidad que se ofrecerá no se encontrará únicamente en cada alimento y bebida, también en lo inmaterial, refiriéndonos a el servicio al cliente, mostrando la atención adecuada y necesaria.

La seguridad es algo primordial que estará presente por medio de mecanismos de control como monitoreo a través de las cámaras de seguridad adaptadas en el local y teniendo en cuenta la bioseguridad, realizando la respectiva desinfección del establecimiento, llevando a cabo una correcta manipulación de alimentos y respetando el aforo máximo permitido dispuesto por el COE Nacional.

Localización.

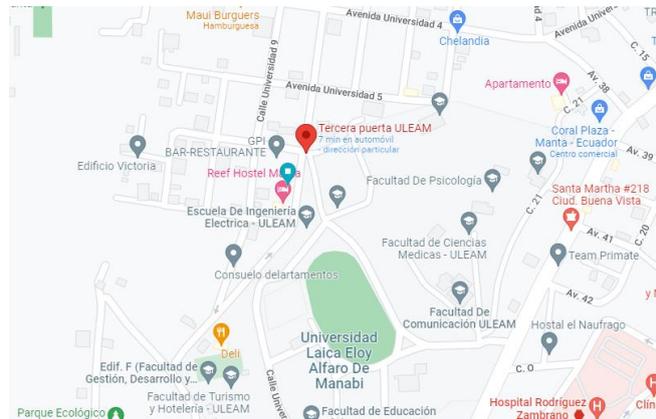
Basados en los estudios realizados, se determinó que:

Macro: Será en el país Ecuador, la región costa y finalmente se escogió la provincia de Manabí como lugar ideal.

Micro: Localización de la Cafetería Urcunina estará en el cantón Manta, Ciudadela Universitaria.

Lo positivo de la ubicación de la cafetería es que se encontrará frente a la tercera entrada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, teniendo a la misma como segmento de cliente.

Ilustración 1: Localización del proyecto



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Nathalia Chamorro

Descripción del establecimiento

La parte interna de la cafetería es un poco rustico moderno, teniendo presente la madera en puertas, paredes, escaleras y decoraciones, así mismo acompañado de vegetación, los cuales brindan una sensación de tranquilidad y comodidad, asegurando que nuestros clientes estén en un ambiente agradable y acogedor, incentivando la creatividad y proliferando la concentración.

Distribución de planta

El restaurante contará con una infraestructura de 2 niveles y estará distribuido de las siguientes maneras:

En la planta baja se ubica el mostrador, el cual es el área donde se realizarán los alimentos y bebidas que el cliente solicite, también se realizarán en el mismo lugar los pagos de cada uno de los productos. Se encontrarán las mesas y sillas adecuadas donde nuestros clientes se servirán los alimentos y un espacio para el personal del lugar, en donde puedan guardar sus pertenencias y trabajar con comodidad; este lugar contará con dos baños, uno para hombres y otro para mujeres.

Para el segundo piso encontramos el espacio coworking, lugar amplio amoblado en el cual las personas podrán trabajar cómodamente.

Ilustración 2: Diseño Interno (referencia).



Ilustración 3: Diseño interno coworking (referencia)



ÁREAS Y DIVISIONES

Tabla 5 Distribución de áreas

Áreas	Servicios Básicos
Baño de mujeres	Agua
Baño de hombre	Energía eléctrica
Área de comedor	Internet
Área de coworking	Teléfono
Mostrador – Caja	

Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Tabla 6 Áreas

Áreas de la cafetería	
Baños	Es un área indispensable para el establecimiento, los baños en estarán separados, uno para damas y uno para caballeros, cada uno tendrá 1 inodoro y 1 lavamanos, con todos sus implementos básicos necesarios.
Salón o comedor	Es el área principal donde nuestros clientes podrán degustar de nuestra deliciosa comida y bebidas. Tiene un estilo rustico con elementos de madera, toques modernos acompañado de decoración natural, que brindarán a nuestros clientes experimentar momentos de paz y tranquilidad.
Área coworking	Esta área se ubicará en el segundo piso del establecimiento, diseñado para que los clientes tengan un lugar cómodo en el cual trabajar, permitiendo que las ideas fluyan en un ambiente pacífico.
Mostrador – Caja	El mostrador es el área donde se realizará el café hecho por nuestros baristas, incluyendo otras bebidas y alimentos disponibles. En el mismo punto se encontrará la caja, lugar para ejercer el pago por el consumo de los productos.

Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Ilustración 4: Alimentos de referencia



Fuente: Chef

Ilustración 5: Bebidas de referencia



Fuente: Chef – Bebidas

Ilustración 6: Café de referencia



Fuente: Chef - Bebidas

Ilustración 7: Café de Buesaco (proveedor)



Fuente: Café de Buesaco

Canales

Establecer el cómo la empresa se comunicará y logrará alcanzar al segmento de mercado, y de esta forma poder entregar a la comunidad universitaria la propuesta de valor es el objetivo de los canales de comunicación. Los canales a usar para darnos a conocer el negocio serán:

- **El punto de venta física**, donde el cliente podrá ser atendido de forma directa por el personal de la cafetería, a la vez dando la posibilidad de brindar un espacio acogedor para disfrutar los alimentos y bebidas.
- **Nuestras redes sociales**, este canal está planeado para que se realicen pedidos de forma virtual, tener contacto con los posibles clientes otorgando información, y dando a conocer los productos y promociones. Las redes sociales principales que se tiene planificadas son Instagram, Facebook y WhatsApp.
- **Servicio de delivery** o servicio de reparto a domicilio, este canal es muy conveniente para todas aquellas personas que no tienen la oportunidad de acercarse al establecimiento a

solicitar un pedido, ya sea dentro de la universidad o en cualquier lugar de la ciudad se tratará en lo más posible que la entrega sea rápida, informando con anticipación al cliente el tiempo estimado para realizar la entrega.

Relación con el Cliente

En esta fase del modelo de negocios, se busca que toda interacción que el establecimiento tenga con el cliente debe llenar sus expectativas, esto se puede realizar teniendo en cuenta cada uno de los momentos de verdad, llevándolos a cabo de forma cuidadosa para que el cliente tenga una experiencia de la calidad acerca del servicio al cliente que maneja el establecimiento.

Se busca lograr tener una conexión y relación cercana con el cliente, brindar un ambiente de familiaridad y cordialidad, donde el cliente pueda hablar cómodamente con los trabajadores, y puedan disfrutar del tiempo libre que posean. Seguramente hemos ingresado a diferentes establecimientos en los cuales nos atendieron de forma cordial y realizamos una o más compras, pero al final no recordamos a muchos de ellos, que hicieron parte del proceso de adquisición del o los productos, por eso el hecho que se forme una relación cercana y personalizada con el cliente, sin llegar a asediar la privacidad de la persona, y además se dé un servicio ágil y preciso, permitirá que permanezcamos en la memoria del consumidor y se sientan bien atendidos, especiales y satisfechos.

Recursos Clave

Dentro de los recursos clave para la cafetería Universitaria, tenemos:

- **Recursos físicos:** Las materias primas que son la base para preparar todos los alimentos y bebidas que solicite el cliente; el local ubicado en la tercera entrada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, éste es muy importante ya que se podrá entrar en contacto directo con los clientes, además será un lugar bien ambientado, usando el mobiliario adecuado,

dando una sensación de tranquilidad y comodidad. Tendremos a disposición el recurso de transporte o entregas a domicilio, teniendo en cuenta que con este servicio el pago será en efectivo.

- **Recursos humanos:** El proceso de contratación del personal se realizará de forma estricta, un punto necesarios pero no indispensable será la experiencia que posean dependiendo al puesto que se requiera, pero sí se calificará los valores, ética, conocimiento y calidad de servicio al cliente que tengan y demuestren; en un principio no se podría contar con un gran número de trabajadores, pero considerando el cómo avance el negocio tiempo después de la inauguración de la cafetería, se considerará aumentar el número.
- **Recursos tecnológicos:** Nuestras redes sociales, páginas web por medio de las cuales el posible cliente puede determinar que alimentos y bebidas desea y la cantidad.
Maquinaria necesaria para la preparación del café como el molino de café, la máquina de café; un refrigerador para aquellos alimentos que lo requieran; para calcular y registrar transacciones caja registradora; y por la seguridad del personal, los clientes y el negocio, se contará con vigilancia por medio del Circuito Cerrado de Televisión.
- **Recursos intelectuales:**

Ilustración 8: Logo de la Cafetería Urcunina



Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Nombre y significado: Se determinó cafetería Urcunina como el nombre de la empresa de restauración, ya que está inspirado su diseño con características de la provincia y cantón de procedencia de la autora. Teniendo en cuenta que la provincia de Nariño en Colombia es reconocida por su calidad en café, el logo contiene las 6 etapas del proceso de producción del café (plantación, cosecha, despulpado, tostado, comercialización y preparación) justo encima del volcán Galeras, el cual tenía como nombre dado por la cultura quechua, “URCUNINA” que significa montaña de fuego o montaña que bota fuego. A la vez se usa el símbolo del Sol de los Pastos, estrella de ocho puntas, que representan los principios vitales: La familia, la salud, el placer, los amigos, la comunidad, los hijos, el saber y la riqueza.

Slogan: Esta será la frase que representará a la cafetería, con la intención de captar la atención de los potenciales clientes:

“El aroma de la felicidad”

Aliados Clave

Los socios clave son personas, empresas u organizaciones con las que realizamos alianzas estratégicas para colaborar mutuamente en temas como costos, recurso y experiencias para fomentar el crecimiento del negocio. Esta etapa permite encontrar a aquellas personas que tengan relación con las actividades que realiza mi negocio.

Teniendo en cuenta lo anterior, para la cafetería universitaria se toman los socios clave que se muestran a continuación:

- **Clientes potenciales:** La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí serán el punto clave para dar a conocer el negocio y conseguir llegar al público objetivo. Por ende es importante mantener una buena relación con la institución, teniendo en cuenta que el emprendimiento va dirigido a la comunidad que ésta contiene, y aprovechar las conexiones existentes para

estar en una constante comunicación.

- **Proveedores:** el hecho de generar asociaciones con proveedores genera beneficios para el negocio, ya que al tener contacto directo con ellos se puede coordinar de mejor forma y garantizar que todas las gestiones de los recursos que se soliciten, se realicen de forma correcta y oportuna.
- **Café de Buesaco:** Esta marca de café será de mucha importancia, nos facilitará la materia prima para la elaboración de las variedades de café y para venta de la misma.
- **Netlife:** proveerá de internet fibra óptica con 70 Mbps tanto para el personal como para los clientes.
- **Agua Sani:** Será el proveedor del elemento más importante para la vida a menor precio.
- **Delivery:** Servicio de reparto a domicilio en bicicleta para facilitar y asegurar al cliente la entrega del producto sin necesidad de moverse del lugar en que se encuentra.
- **Materia prima:** No tendremos un proveedor exacto de materia prima para la realización de los diferentes alimentos. Se procurará que cada alimento sea fresco.

Actividades Clave

Las actividades claves son las acciones prioritarias que se llevarán a cabo para el correcto desarrollo de tu emprendimiento y el éxito del negocio. (Zambrano, s.f.)

Para la cafetería universitaria las actividades clave son: ubicar el negocio en un buen lugar, hallar y trabajar con proveedores trabajadores, honestos y cumplidos; adquirir todos los artículos y materiales necesarios para el restaurante; contratar personal y capacitarlo de forma constante; gestión del cliente, ya que la competitividad entre empresas que ofrecen el mismo producto y servicio o similares va creciendo cada vez más, aspectos importantes como la calidad del producto y servicio, el precio y variables añadidas, logran fidelizar al cliente, para que siga adquiriendo nuestros productos; daremos la oportunidad y confianza al cliente de dar quejas o

sugerencias sobre su experiencia en el negocio y de esta forma mejorar y cumplir sus expectativas.

Los alimentos y bebidas se prepararán dentro de las instalaciones de la cafetería Urcunina.

Manejo de las redes sociales, actualizando y realizando publicidad medio de las redes como WhatsApp, Facebook e Instagram llegando por medio virtual a nuevos posibles clientes; garantizar un café de buena calidad; manejar un muy buen sistema de pedidos y facturación para mantener un control claro de todo lo que se realiza; tener variedad en los productos a ofrecer, brindando al cliente una excelente atención; otra actividad clave es el mantenimiento y limpieza del lugar, no hay nada mejor que tener limpio el lugar de trabajo y así mismo mantener la higiene por nuestros clientes.

CAPITULO III

Diseño metodológico

El diseño metodológico se usa para organizar los procesos que se desarrollarán en una investigación, llevando a cabo pruebas y técnicas de recolección de información para lograr los objetivos.

Investigación Mixta

La investigación mixta, también llamada investigación múltiple o integrativa es un tipo de investigación donde se utiliza una metodología que busca integrar los métodos cualitativos y cuantitativos en el mismo estudio. Ambos métodos tienen límites y ventajas, que al unirse ofrecen una más amplia posibilidad y profundidad en los resultados obtenidos, tanto en la corroboración de datos como en su comprensión, al mismo tiempo que se complementan y suplen cada uno las debilidades del otro. (Ayala, 2021)

Podemos decir que el proyecto es una investigación mixta teniendo en cuenta que se llevaron a cabo instrumentos de evaluación como: encuestas digitales dirigido a estudiantes y docentes de

la ULEAM en Manta, esta se realizó por medio de la aplicación web Google Forms, la cual posteriormente, y previo a su divulgación, fue validada por docentes cuyos perfiles profesionales están relacionados con el presente proyecto de emprendimiento; y otro instrumento fue la entrevista dirigida a establecimientos afines a el proyecto que se encuentran cerca del cliente objetivo (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí), con el propósito de analizar los precios y la forma de ofrecer el servicio de la competencia.

Investigación de Campo

Es un tipo de investigación en la cual se adquieren o miden datos sobre un suceso en particular, en el lugar donde suceden. Es decir que, el investigador se traslada hasta el sitio donde ocurre el fenómeno que desea estudiar, con el propósito de recolectar información útil para su investigación (Cajal, 2020). Para el proyecto se usaron diferentes herramientas como documentos o representaciones estadísticas apoyadas con técnicas de observación y encuestas los cuales han permitido la compilación y análisis de los datos usados en la presente investigación.

Investigación Documental.

Es un método de estudio e interpretación basado en la revisión de libros, artículos, vídeos y documentales. También se puede definir como un proceso de recolección, organización y análisis de una serie de datos que tratan sobre un tema en particular (González, 2020). Esta investigación es también llamada bibliográfica, se incluyó en el proyecto información de libros, revistas, informes, sitios web, entre otros, de mucha importancia para poder conceptualizar y comprender cierta cantidad de conceptos dentro del plan de negocios.

Estudio de la oferta y demanda

Oferta

Entrevistas

Se dispuso a realizar la entrevista a 4 establecimientos de alimentos y bebidas con similares características de las cafeterías, que se encuentran cerca de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de los cuales solo 2 respondieron a las preguntas previamente elaboradas; las cafeterías que brindaron información son las siguientes:

Tabla 7 Demanda

Nombre	Dirección	Menú	Platos a la carta
Alma Cigarra.	Hospital Center	Cafetería	No
El balcón D' Jhon – Steffy.	Primera entrada de la Universidad	Cafetería – almuerzos	No

Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Se entrevistó a Steffany Mendoza, la cual administra la cafetería y restaurante El Balcón D'Jhon – Steffy junto a su pareja, el lugar se encuentra ubicado en la primera entrada de la universidad. Dio a conocer que lleva laborando con su negocio 3 meses, ofreciendo servicios de cafetería y almuerzos, comentó que no realizaron un estudio de mercado para llevar a cabo el negocio, y considera que el mismo tiene una rentabilidad media ya que se encuentra rodeada de varios establecimientos que ofrecen servicios de restauración, aun así tiene ingresos semanales de aproximadamente \$300 dólares; como dueños, también se encargan de la realización de los alimentos y el servicio a la mesa. La segunda cafetería que se visitó fue Alma Cigarra, ubicada en el Hospital Center, se entrevistó al dueño, Fabian Mendoza, el joven comentó que su negocio lleva en funcionamiento alrededor de 6 meses y solamente brinda servicios de cafetería, dio a conocer que su negocio si es rentable ya que tiene como clientes principales a todas las personas que trabajan y visitan el Hospital Center, teniendo en cuenta que este lugar cuenta con dos bloques y además brinda servicio de catering cuando se llevan a cabo reuniones o conferencias en el hospital, explicó que sus ingresos netos suelen llegar a los \$189 dólares diarios. En un inicio contaba con 8 trabajadores, y actualmente son 6 de los cuales 2 personas son los directores del lugar.

Demanda

Marco muestral

Datos brindados por secretaría general y talento humano año 2021.

Estudiantes = 18.312 en la matriz Profesores =1.195 en la matriz

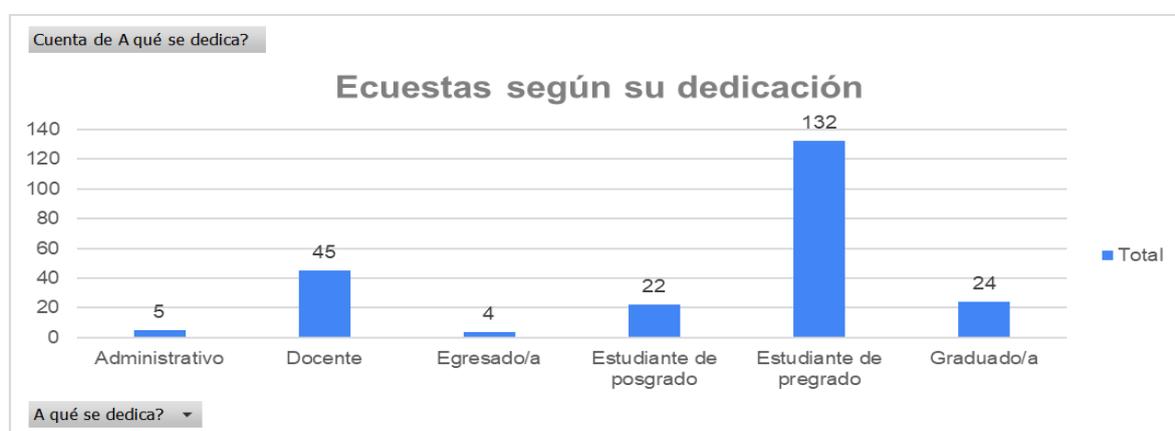
Personal administrativo y de servicio = 862

Encuestas

Con el objetivo de identificar analizar las principales necesidades, gustos y preferencias de los posibles y futuros consumidores, se realizó una encuesta dirigida a la comunidad universitaria; las cifras para el cálculo de la muestra corresponden a datos facilitados por los departamentos de secretaría general y talento humano.

La manera más exacta para calcular la muestra y saber la cantidad de encuestas a realizar, es mediante la aplicación de la fórmula de población finita (tabla 8). Lo cual dio como resultado un total de 232 personas a encuestar por medio de una base de datos solicitada a secretaría general, para después realizar las correspondientes tabulaciones y análisis de cada pregunta.

Ilustración 9 Encuesta según su dedicación

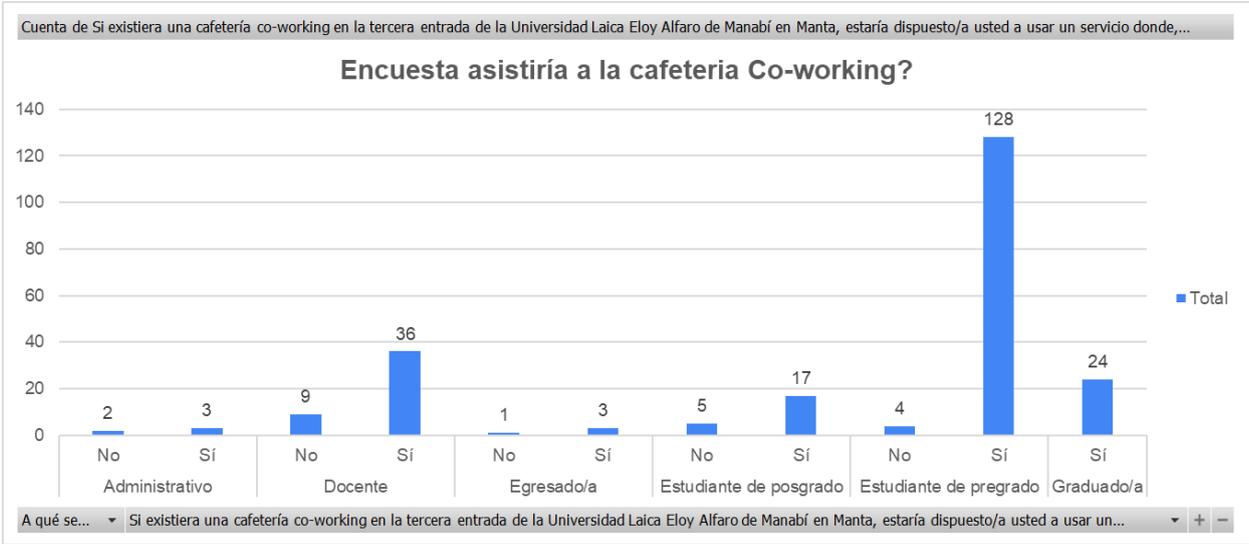


Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

De las 232 encuestas realizadas de manera anónima, 5 personas respondieron ser administrativos, 45 docentes, 4 egresados/as, 22 estudiantes de posgrado, 132 estudiantes de pregrado y 24 personas graduadas, cumpliendo así con el resultado dado por medio de la realización de la fórmula de la población finita.

Ilustración 10 Asistiría a la cafetería coworking?

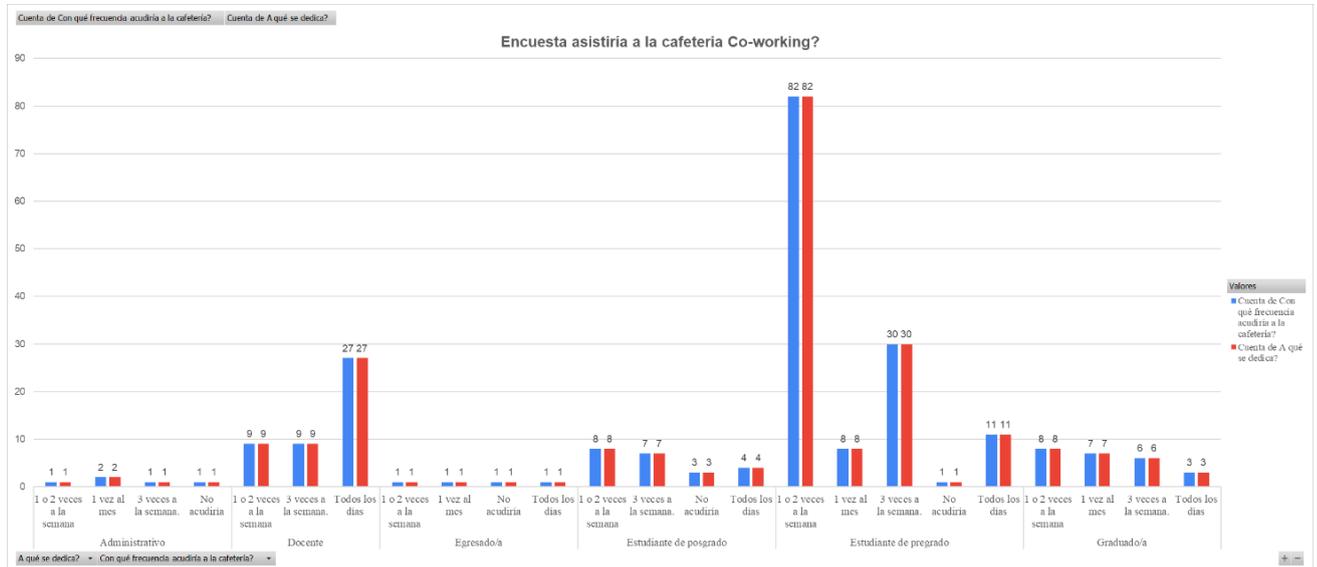


Fuente: Propia
Elaborado por: Autora

Se le preguntó a cada persona si estaban interesados o que si existiera esta cafetería asistirían para consumir el producto y servicio que ofrece el establecimiento, de los cuales los más interesados fueron los estudiantes de pregrado, aquellos estudiantes que están cursando una carrera universitaria, con 128 respuestas positivas. Seguidos de los docentes, con 36 respuestas positivas, después los graduados, todas las personas que realizaron la encuesta dando a conocer que son graduados afirmaron que asistirían a la cafetería, y por último los administrativos y egresados con la misma cantidad de respuestas positivas. Con esto nos damos cuenta que las personas con mayor interés son los estudiantes que día a día acuden a la

universidad para realizar su formación universitaria de pregrado.

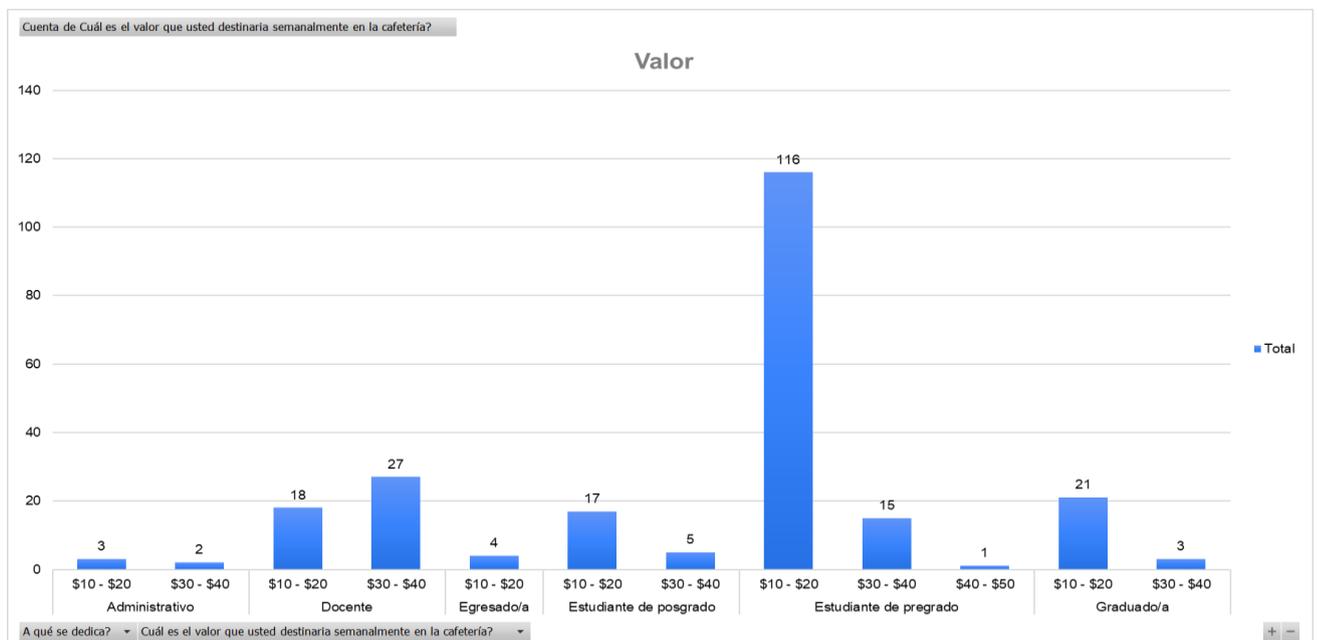
Ilustración 11 Encuesta frecuencia de asistencia a la cafetería coworking?



Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Ilustración 12 Valor destinado a la cafetería



Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

Dos datos importantes que surgieron a raíz de aplicar la encuesta a la comunidad universitaria,

es la frecuencia con la que acudirían a la cafetería y el valor que destinarían de manera semanal para ir a la cafetería. Los resultados fueron los siguientes:

- De los 132 estudiantes de pregrado que afirmaron estar interesados en asistir a la cafetería, 11 dieron a conocer que irían todos los días, 82 una o dos veces a la semana, 30 irían 3 veces a la semana y 8 una vez al mes, la mayoría estando dispuestos a gastar alrededor de los \$10 y \$20 dólares semanales.
- Le siguen los docentes, los cuales la mayoría afirmó querer asistir todos los días con un valor presupuestado, para algunos, entre los \$10 - \$20 dólares y para más de la mitad de los encuestados entre los \$30 - \$40 dólares semanales.
- Los estudiantes de posgrado y graduados prefieren asistir una, dos y/o tres veces a la semana invirtiendo entre \$10 y \$20 dólares en productos y servicios de la cafetería.
- Se pueden observar datos parecidos entre los egresados y administrativos al momento de decidir con qué frecuencia acudir al lugar, teniendo en cuenta que fueron pocas personas y escogieron una característica diferente cada uno, pero concuerdan en que destinarían entre los \$10 y \$20 dólares semanales.

De acuerdo a los datos anteriores, se puede clarificar que sí hay aceptación del proyecto, sobre todo por parte de los estudiantes de pregrado, y por parte de los docentes, teniendo en cuenta que el valor que ellos invertirían está entre los \$30 y \$40 dólares, mientras que los estudiantes entre \$10 y \$20 dólares.

Muestreo probabilístico estratificado.

Población Finita

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Tamaño de la Muestra

Tabla 8 Tamaño de la muestra

Cálculo de la muestra	
<p>La población con la cual se realizó la encuesta está representada en 20.369 personas (datos facilitados por la Secretaría General de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí), que simbolizan el número de estudiantes en Manta. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de población finita que considera una distribución normal con un nivel de confianza de 90% para obtener una muestra a partir de la población.</p>	
Fórmula para calcular la muestra finita	
$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$	
N= Población	q= Probabilidades en contra
n= Muestra	z= Nivel de confianza
p= Probabilidades a favor	e= Error de muestra
<p>La población sobre la cual se desea aplicar el muestreo es de 20.369 personas (N), los porcentajes de ocurrencia se tomarán de 50% (p y q) cada uno, teniendo presente que se desea evaluar con un nivel de confianza del 90%, para el cual el valor estadístico de Z asignado es de 1.645%. Se acepta un 5,37% como porcentaje de error (e) y una proporción verdadera del 0.5 (p), para obtener lo siguiente:</p>	
$n = \frac{1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 20.369}{0,0537^2 \cdot (20.369 - 1) + 1,645^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$ $n = \frac{13.779,76}{59,41}$ $n = 231,94$	
<p>Con el dato encontrado mediante la aplicación de la fórmula, se determina que el número de encuestas requeridas es de 232</p>	

Fuente: Propia

Elaborado por: Autora

CAPITULO IV

Estudio financiero

En este capítulo se realiza, analiza y presenta el estudio financiero, en el que se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la implementación del proyecto de emprendimiento, así como su estructura de financiamiento, se presentan las proyecciones de los ingresos, gastos, costos y análisis de los indicadores financieros con los cuales se determina si el proyecto es o no factible económicamente. Se tomará como referencia la Tasa Mínima Aceptable de Retorno, calculada para obtener la Tasa Interna Retorno y el Valor Actual Neto, haciendo uso de los flujos en cada período.

Flujo de ingresos

Son aquellas fuentes de ingreso producidas por la prestación de servicios por parte del establecimiento, por ello, el primer aspecto a tener en cuenta es la determinación del precio promedio a ofrecer a los clientes, teniendo en cuenta el ofertado por la competencia.

Precio óptimo

La fijación de precios tiene como fin incrementar las utilidades del proyecto mediante la maximización de las ventas y el aumento en la participación en el mercado con el transcurso del tiempo.

Capacidad instalada

Por otra parte, en cuanto a la capacidad real que corresponde a la estimación promedio de la capacidad instalada que se está utilizando para el funcionamiento del establecimiento, se debe tener en cuenta primordialmente la tasa de ocupación como unidad de medida para establecer la producción y el nivel de ventas.

Fuentes de ingreso

La proyección de los ingresos del área de restauración tiene una estrecha relación con las ventas diarias que se realicen, teniendo en cuenta que en base a anteriores investigaciones del sector, se establecen ventas diarias de aproximadamente entre 70 y 80 productos diarios por medio de los posibles clientes.

Tabla 9 Precio y costo de la cafetería

Costo de materia prima			
Detalle	P. Veta Unitario	Costo unitario	% Costo
Tinto	\$ 0,95	\$ 0,25	26%
Espresso	\$ 1,20	\$ 0,28	23%
Americano	\$ 1,20	\$ 0,41	34%
Macchiato	\$ 1,35	\$ 0,39	29%
Cappuccino	\$ 1,40	\$ 0,35	25%
Espresso con panna	\$ 1,70	\$ 0,70	41%
Moccacino	\$ 1,70	\$ 0,47	28%
Latte	\$ 1,60	\$ 0,70	44%
Affogato	\$ 2,10	\$ 0,80	38%
Corretto	\$ 2,10	\$ 1,00	48%
Jugo natural	\$ 1,00	\$ 0,20	20%
Limonada natural	\$ 1,00	\$ 0,13	13%
Chocolate	\$ 1,50	\$ 0,40	27%
Aromática	\$ 0,75	\$ 0,15	20%
Malteada	\$ 2,40	\$ 0,90	38%
Pastel de pollo	\$ 1,50	\$ 0,40	27%
Dedo de queso	\$ 1,00	\$ 0,22	22%
Pastel hawaiano	\$ 1,20	\$ 0,40	33%
Muffin	\$ 0,75	\$ 0,10	13%
Bolón	\$ 3,50	\$ 1,50	43%
Corviche	\$ 0,85	\$ 0,40	47%
Pan de yuca	\$ 0,85	\$ 0,30	35%
Empanada de carne	\$ 0,95	\$ 0,35	37%
Empanada de queso	\$ 0,85	\$ 0,30	35%
Waffles	\$ 3,50	\$ 1,00	29%
Torta de chocolate	\$ 1,00	\$ 0,30	30%
Torta de Queso	\$ 1,00	\$ 0,30	30%
Desayuno	\$ 2,00	\$ 0,58	29%
Churros Nutella y manjar x8	\$ 4,00	\$ 1,50	38%
Churros Junior surtidos x16	\$ 6,00	\$ 2,00	33%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 10 Ingreso por alquiler

Servicio de alquiler	
Detalle	Valor
Computadoras c/u	2,00
Alquiler	100,00

Fuente: Informe técnico del proyecto

Elaborado por: Autora

Estructura de costos

Mediante este análisis se busca determinar la viabilidad del modelo de negocio propuesto, este punto no se limita únicamente a establecer los costos y gastos en lo que se debe incurrir para el funcionamiento de la empresa, sino que es necesario llevar a cabo un análisis financiero más detallado. Es importante planificar a futuro los estados financieros para determinar si existen riesgos de perder los recursos financieros y determinar si es viable o no el llevar a cabo esta propuesta.

Costo de inversión.

Recordando que los costos de inversión son aquellos que hacen referencia a los costos necesarios para la creación de la cafetería. El valor más representativo es la construcción del inmueble, seguido del valor del equipamiento y terreno donde se establecerá. La inversión inicial será de USD \$24.374,62, y el financiamiento será con el 37% de capital y el 63% de crédito del Banco Internacional.

Tabla 11 Plan de inversión y origen de fondos

Rubros para la inversión del proyecto	Valor	Financiamiento	
		Propio	Crédito
Activos fijos			
Alquiler del edificio	7.200,00		7.200,00
Remodelar	1.000,00		1.000,00
Equipos y herramientas	1.692,00		1.692,00
Equipos de oficina	2.069,85		2.069,85
Equipos de computo	875,00		875,00
Muebles y enseres	1.840,00		1.840,00
Menaje	651,90		651,90
Valor total de activos fijos	15.328,75	-	15.328,75
Capital de trabajo			
Insumos limpieza	43,50	43,50	
Mano de obra directa	3.514,33	3.514,33	
Materia prima	2.401,50	2.401,50	
Personal administrativo	1.757,16	1.757,16	
Otros costos y gastos administrativos	176,00	176,00	
Valor total de capital de trabajo	7.892,49	7.892,49	-
Activos diferidos			
Costos de permisos de funcionamiento	839,95	839,95	
Constitución de la empresa	313,43	313,43	
Valor total de activos diferidos	1.153,38	1.153,38	-
Total de la inversión	24.374,62	9.045,87	15.328,75

Fuente: Informe técnico del proyecto

Elaborado por: Autora

Préstamo bancario

Para cubrir los activos fijos se plantea un crédito a el Banco Internacional, donde la tasa de interés fijada por el Banco Internacional para pequeñas y medianas empresas es del 11.26% anual, a un plazo de 60 meses (5 años).

Costos salariales.

Los costos salariales son aquellos que abarcan el salario, décimo tercero, décimo cuarto y aporte del IESS y fondo de reservas a partir del segundo año de labor.

Tabla 12 Costos salariales

Costos salariales		
Cargo	Valor mensual	Valor anual
Barista	425,00	6.433,65
Mesero	425,00	6.433,65
Administrador	425,00	6.433,65

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Costos de servicios básicos.

En términos de costos fijos se consideran cuentas de servicios básicos como la luz, agua, teléfono e internet, que han sido calculados a través de referencias de lo que pagan otros establecimientos con similares características.

Tabla 13 Costos de servicios básicos

Servicios básicos		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Internet	38,00	456,00
Gas	3,50	93,50
Total	41,50	549,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Gastos

Depreciación

Los gastos de depreciación están en función a su vida útil la cual es se estableció de acuerdo con el SRI (Servicios de Rentas Internas).

Tabla 14 Gastos de depreciación

Depreciación		
Activos fijos	Vida útil (años)	Valor de depreciación
Equipos y herramientas	10	186,29
Equipos de oficina	10	140,00
Equipos de cómputo	5	165,60
Muebles y enseres	10	152,28
Menaje	5	104,30

Fuente: Informe técnico del proyecto

Elaborado por: Autora

Gastos financieros

Los gastos financieros son los que se producen como costes por la financiación ajena o por el cobro de servicios de entidades financieras en el siguiente cuadro podemos observar el interés y la amortización anual del préstamo.

Tabla 15 Préstamo Banco Internacional

Préstamo Banco Internacional			
Capital inicial	\$ 15.328,75	Pagos totales	
Forma de pago	Anual	Principal	\$ 15.328,75
Plazo en años	5	Interés	\$ 5.544,58
Pago	\$ 4.174,67	Total	\$ 20.873,33
% Interés anual nominal	11,26%		

Periodo	Fecha	Pago total	Intereses	Amortización	Saldo pendiente
0	1/12/2023	4174,67			15328,75
1	1/12/2024	4174,67	1726,02	2448,65	12880,10
2	1/12/2025	4174,67	1450,30	2724,37	10155,74
3	1/12/2026	4174,67	1143,54	3031,13	7124,61
4	1/12/2027	4174,67	802,23	3372,43	3752,17
5	1/12/2028	4174,67	422,49	3752,17	0,00

Fuente: Informe técnico del proyecto

Elaborado por: Autora

Capital de trabajo

La inversión conocida como capital de trabajo es necesaria considerarla dentro del proyecto debido a que se refiere a la totalidad de recursos y dinero necesario que facilitará la operación del negocio los 3 primeros meses. Estos recursos son considerados parte del patrimonio del inversionista y por ello tienden a ser recuperables.

Tabla 16 Capital de trabajo

Capital de trabajo				
3 primeros meses				
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total de Capital de trabajo
Materia prima				
Alimentos en general	884,27	954,39	562,84	2401,50
Insumos de restauración				
Insumos	14,50	14,50	14,50	43,50
Remuneración de personal				
Mano de obra directa	944,78	944,78	1624,78	3.514,33
Personal administrativo	472,39	472,39	812,39	1.757,16
Otros costos y gastos administrativos				
Internet	38,00	38,00	38,00	114,00
Gas	55,00	3,50	3,50	62,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN:				7892,49

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Proyección de los estados financieros

La proyección de los estados financieros nos muestra el resultado de proyectos que se quieren realizar. Dichos estados dan efecto a hipótesis sobre el pasado o el presente, con el fin de mostrar la situación financiera y los resultados como si se hubieran realizado o sucedido tales hipótesis, entre estos el balance general, estado de resultado y flujo de caja.

Para la estimación de los ingresos por la cafetería se estimó un 5% de crecimiento anual.

Tabla 17 Balance Proyectado

Balance General						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Activos</u>						
<u>Activos corrientes</u>						
<u>Disponible</u>						
Caja y Bancos	17.245,87	21.642,75	26.156,43	31.605,13	38.028,65	45.313,00
Total activos corrientes	17.245,87	21.642,75	26.156,43	31.605,13	38.028,65	45.313,00
<u>Activos fijos</u>						
<u>Depreciable</u>						
Equipos y herramientas	1.692,00	1.692,00	1.692,00	1.692,00	1.692,00	1.692,00
Equipos de oficina	2.069,85	2.069,85	2.069,85	2.069,85	2.069,85	2.069,85
Equipos de cómputo	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00
Muebles y enseres	1.840,00	1.840,00	1.840,00	1.840,00	1.840,00	1.840,00
Menaje y lencería	651,90	651,90	651,90	651,90	651,90	651,90
(-) Depreciaciones Acumuladas		-748,47	-1.496,94	-2.245,41	-2.993,88	-3.742,35
<u>No depreciable</u>						
Total activos fijos	7.128,75	6.380,28	5.631,81	4.883,34	4.134,87	3.386,40
Total de activos	24.374,62	28.023,03	31.788,24	36.488,47	42.163,52	48.699,40
<u>Pasivos</u>						
<u>Pasivos corto plazo</u>						
Cuentas por pagar						
Total de pasivo corto plazo						
<u>Pasivos a largo plazo</u>						
Crédito a largo plazo	15.328,75	12.880,10	10.155,74	7.124,61	3.752,17	0,00
Total pasivo largo plazo	15.328,75	12.880,10	10.155,74	7.124,61	3.752,17	0,00
Total de pasivos	15.328,75	12.880,10	10.155,74	7.124,61	3.752,17	0,00
<u>Patrimonio</u>						
Capital Social	9.045,87	9.045,87	9.045,87	9.045,87	9.045,87	9.045,87
Utilidad del ejercicio		14.216,34	15.266,99	16.514,60	17.836,83	19.083,82
Total del patrimonio	9.045,87	23.262,21	24.312,86	25.560,47	26.882,70	28.129,69
Total pasivo + patrimonio	24.374,62	36.142,31	34.468,59	32.685,07	30.634,87	28.129,69

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 18 Estado de resultados proyectados

Estado de resultados proyectado						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		43698,40	45883,32	48177,49	50586,36	52872,58
Ingresos por ventas		43698,40	45883,32	48177,49	50586,36	52872,58
Costo de producción		11766,62	12354,95	12972,70	13621,33	14302,40
Margen bruto		31931,78	33528,37	35204,79	36965,03	38570,18
Gastos operativos						
Sueldos y salarios		19300,95	20575,44	20575,44	20575,44	20575,44
Depreciación		748,47	748,47	748,47	748,47	748,47
Amortización		230,68	230,68	230,68	230,68	230,68
Gastos básicos		723,50	705,60	740,88	777,92	816,82
Total gastos operativos		21003,60	22260,19	22295,47	22332,51	22371,41
Utilidad operacional		10928,18	11268,18	12909,32	14632,52	16198,77
Gastos financieros						
Intereses sobre préstamo		1726,02	1450,30	1143,54	802,23	422,49
Utilidad antes de participe e impto.		9202,17	9817,88	11765,78	13830,29	15776,28
15% participación de empleados		1380,32	1472,68	1764,87	2074,54	2366,44
Utilidad antes del impuesto		7821,84	8345,20	10000,92	11755,74	13409,83
25% impuesto a la renta		1955,46	2086,30	2500,23	2938,94	3352,46
Utilidad neta		5866,38	6258,90	7500,69	8816,81	10057,38

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 19 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
PERIODOS (en años)						
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos operacionales						
Ventas netas		43698,40	45883,32	48177,49	50586,36	52872,58
Total de ingresos operacionales		43698,40	45883,32	48177,49	50586,36	52872,58
B. Egresos operacionales						
Costos de fabricación		11766,62	12354,95	12972,70	13621,33	14302,40
Gastos Adm y Gener		20024,45	21281,04	21316,32	21353,36	21392,26
Total de egresos operacional		31791,07	33635,99	34289,02	34974,70	35694,66
C. Flujo Operacional (A-B)		11907,33	12247,33	13888,47	15611,66	17177,92
D. Ingresos no operacionales						
Crédito	15328,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aporte propio	9045,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos no operacionales	24374,62	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Egresos no operacionales						
Inv. Fija	15328,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inv. Diferida	1153,38	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización principal		2448,65	2724,37	3031,13	3372,43	3752,17
Gastos financieros		1726,02	1450,30	1143,54	802,23	422,49
Pago Imp Renta y Part. Empl		3335,79	3558,98	4265,10	5013,48	5718,90
Total de egresos no operacionales	16482,13	7510,45	7733,65	8439,76	9188,14	9893,57
F. Flujo no operacional (D-E)	7892,49	-7510,45	-7733,65	-8439,76	-9188,14	-9893,57
G. Flujo neto generado (C+F)	7892,49	4396,88	4513,68	5448,70	6423,52	7284,35
H. Saldo inicial de caja	7892,49	7892,49	12289,37	16803,05	22251,75	28675,27
I. Saldo final de caja (G+H)	7892,49	12289,37	16803,05	22251,75	28675,27	35959,62

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Indicadores Financieros.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN mide la conveniencia de un proyecto en términos absolutos, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

- V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .
- I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- n es el número de periodos considerado.
- k es el costo del capital utilizado.

Tabla 20 Periodos anuales VAN

Detalle	Periodo					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto efectivo proyectado	-24374,62	4396,88	4513,68	5448,70	6423,52	7284,35

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 21 Valores VAN

Datos	Valores
Numero de periodo	5
Tipo de periodo	Anual
Tasa efectiva	10%

Fuente: Informe técnico del proyecto

Elaborado por: Autora

Tabla 22 Valor actual neto

Valor Actual Neto			
Nro.	FNE	(1+i)^2	FNE/(1+i)^2
0	-\$ 24.374,62		-\$ 24.374,62
1	\$ 4.396,88	1,10	\$ 3.997,16
2	\$ 4.513,68	1,21	\$ 3.730,31
3	\$ 5.448,70	1,33	\$ 4.093,69
4	\$ 6.423,52	1,46	\$ 4.387,35
5	\$ 7.284,35	1,61	\$ 4.523,01
VAN			-\$ 3.643,09

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

- Si el VAN es positivo, el proyecto SE ACEPTA (existe ganancia).
- Si el VAN es cero, se acepta o se rechaza el proyecto (cubre las inversiones).
- Si el VAN es negativo, el proyecto SE RECHAZA (existe pérdida).

Tasa Interna De Retorno (TIR)

El TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

La fórmula que nos permite calcular la Tasa Interna de Retorno es:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

- **Qn** es el flujo de caja en el periodo n.
- **n** es el número de períodos.
- **I** es el valor de la inversión inicial.

Tabla 23 Tasa interna de retorno

Tasa Interna de retorno	
Tasa efectiva	VAN
0%	\$ 3.692,52
5%	-\$ 394,15
10%	-\$ 3.643,09
15%	-\$ 6.261,36
20%	-\$ 8.397,69
25%	-\$ 10.160,61
30%	-\$ 11.630,58
35%	-\$ 12.868,02
40%	-\$ 13.918,91
45%	-\$ 14.818,63
50%	-\$ 15.594,75
55%	-\$ 16.268,92
60%	-\$ 16.858,32
TIR	4%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

- TIR mayor a tasa de descuento SE ACEPTA el proyecto.
- TIR igual a la tasa de descuento SE ACEPTA o RECHAZA el proyecto (cuando la tasa de actualización es igual a la TIR se recupera la inversión, pero no existe ganancia y existe la opción de aceptar o rechazar el proyecto).
- TIR menor a la tasa de descuento SE RECHAZA el proyecto.

Relación costo beneficio

$$R = \frac{b}{c}$$
 La relación costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión, con el fin de conocer su rentabilidad.

Tabla 24 Costo beneficio

Relación costo beneficio	
24.374,62	
4.396,88	3.988,10
4.513,68	4.094,04
5.448,70	4.942,14
6.423,52	5.826,32
7.284,35	6.607,12
RCB	1,044

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

- Mayor a uno SE ACEPTA el proyecto (gana más de lo que invierte)
- Igual a uno SE ACEPTA O RECHAZA el proyecto (se recupera la inversión)
- Menor a uno SE RECHAZA el proyecto (no recupera la inversión)

Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere s la inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.

$$P \frac{R}{K} = N - 1 + \left[\frac{(F \cdot A)^{n-1}}{(F)^n} \right]$$

Tabla 25 Periodo de recuperación

Periodo de recuperación			
Años	FNE		FNEA
0	-	24.374,62	- 24.374,62
1		4.396,88	- 19.977,74
2		4.513,68	- 15.464,06
3		5.448,70	- 10.015,35
4		6.423,52	- 3.591,83
5		7.284,35	3.692,52
Periodo de recuperación (Años)			6,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Interpretación de los indicadores financieros

De acuerdo con los valores mostradas anteriormente, es posible afirmar que el proyecto tiene un VAN negativo y el monto corresponde a -\$ 3.643,09, por lo que se puede decir que no es conveniente invertir en este proyecto ya que la inversión produciría pérdidas.

También se puede apreciar que la TIR es menor que la tasa de descuento, por lo tanto, no cumple con el requisito de aceptación por parte de la empresa que interviene en la inversión.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción y ventas en el cual se equilibra el valor de la producción con los gastos necesarios para realizarla; es decir, en el punto de equilibrio los costos totales son iguales a los ingresos totales. En otros términos, es el punto donde no se pierde ni se gana dinero. Las utilidades solo empiezan a percibirse cuando los ingresos por ventas superan el nivel de ese punto de equilibrio.

La deducción del punto de equilibrio es útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y los beneficios. En la práctica se utiliza ante todo para calcular el volumen mínimo de producción al que puede operarse sin ocasionar pérdidas y sin obtener utilidades. El punto de equilibrio para el presente proyecto esta determina en base a sus costos fijos y variables y las unidades monetarias totales que debe conseguir la empresa dentro de un periodo determinado para igualar sus costos de producción con los gastos incurridos al momento de brindar el servicio; o a su vez establecer el número de unidades (producción) que debe la empresa vender para alcanzar una equidad entre sus costos y gastos.

Tabla 26 Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	43.698,40	45.883,32	48.177,49	50.586,36	52.872,58
Costos Fijos	24.773,59	26.021,48	26.047,62	26.075,07	26.103,90
Costos variables	11.940,62	12.537,65	13.164,53	13.822,76	14.513,90
Costos Totales	36.714,21	38.559,13	39.212,16	39.897,83	40.617,80
Punto de equilibrio \$	34.088,22	35.805,30	35.841,28	35.879,05	35.980,92
Punto de equilibrio %	78%	78%	74%	71%	68%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Conclusiones

Una vez presentada la propuesta de negocios paso a paso para su comprensión y cumpliendo con los parámetros requeridos, se concluye en lo siguiente:

- Se han implementado los fundamentos teóricos y legales involucrados al emprendimiento, mediante una revisión estructurada del marco legal del GAD y Cuerpo de Bomberos, para un respaldo y legal manejo de este establecimiento.
- El segmento de mercado al que va dirigido este emprendimiento es la Comunidad universitaria ULEAM del cantón Manta, así mismo, se han establecido las diferentes formas de marketing como: la página web, redes sociales y la más esencial, la recomendación entre clientes. De esta manera, se estableció crear la empresa para que lo compradores se sientan seguros, puedan trabajar cómodamente y disfruten de un café de calidad.
- Se determino los productos y servicios de alta calidad que serán ofrecidos a los consumidores, a través de profesionales capacitados y con buena relación con el cliente, para que los compradores prefieran a la cafetería Coworking Urcunina.
- Se establecen los recursos humanos, materiales, tecnológicos e intelectuales necesarios para la buena gestión del emprendimiento, además de la buena gestión y elección de proveedores, la actualización constante de las redes sociales y alianzas que mejoran el negocio.
- Se ha realizado el debido análisis económico – financiero, dando a conocer por medio de los indicadores financieros que el proyecto no tiene rentabilidad al ejecutarlo, asegurando que no es conveniente invertir en esta propuesta de negocios, debido a que genera más costos que beneficios dentro del tiempo estipulado para el proyecto..

Recomendaciones

De la misma manera se hace énfasis en las siguientes recomendaciones:

- Continuar profundizando los estudios teóricos de acuerdo con el campo en el que se desee incursionar antes de realizar cualquier tipo de proyecto, ya que ayuda con las bases adecuadas que sustenten y direccionen el camino correcto a seguir de acuerdo con el tipo de proyecto escogido.
- Mantener un constante estudio de mercado en el cual se tomen en consideración los puntos fuertes y esenciales, tanto internos como externos para que la idea de negocio logre destacar y sea ejecutada con las mayores posibilidades de crecimiento en el mercado.
- En base al plan desarrollado, se sugiere la continua innovación en los procesos administrativos debido a que es de vital importancia para las empresas, debido a que nos encontramos en constantes cambios y competencias que demandan una mejora incesante a las empresas con mercados más grandes y consumidores más exigentes.
- Al llegarse a desarrollar esta propuesta, se cubriría una demanda insatisfecha la cual busca el beneficio principalmente de la comunidad universitaria, que no dispone de una cafetería coworking cerca para lograr satisfacer sus necesidades.
- La ejecución del proyecto sería de gran oportunidad debido al desarrollo constante de esta zona de la ciudad, debido a que poco a poco aumenta la oferta de restauración.

Bibliografía

- Abproject. (27 de agosto de 2018). Obtenido de abproject.com.ar/es/blog/articulo/8-pasos-para-armar-tu-plan-de-negocios
- Alcalde, J. C. (25 de junio de 2019). Obtenido de Coworking: <https://economipedia.com/definiciones/coworking.html>
- Arias. (2006). Propuesta. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093556/cap03.pdf>.
- Ayala, M. (05 de agosto de 2021). *Lifeder*. Obtenido de Investigación mixta: <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Betancourt, D. F. (18 de octubre de 2016). *ingenioempresa*. Obtenido de <https://www.ingenioempresa.com/lienzo-de-propuesta-de-valor/>
- Cajal, A. (15 de Abril de 2020). Obtenido de Investigación de campo: características, diseño, técnicas, ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>
- Cámara Zaragoza. (24 de julio de 2008). *Emprende... Tú idea de negocio*. Obtenido de *Emprende... Tú idea de negocio*: <https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>
- ciberconta*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ciberconta.unizar.es/leccion/plandenegocios/capitulos/09.html>
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (28 de Febrero de 2014). *LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>
- Delgado, M. S. (2019). *Administración 1 3ra edición*. San Juan Tliluaca, México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Duvergel Cobas, Y., & Argota Vega, L. (2014 de diciembre de 2017). Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Gob.ec. (11 de enero de 2022). *Emisión de certificado de compatibilidad para uso de suelo en el cantón Manta*. Obtenido de Emisión de certificado de compatibilidad para uso de suelo en el cantón Manta: <https://www.gob.ec/gadmc-manta/tramites/emision-certificado-compatibilidad-uso-suelo-canton-manta>
- Gob.ec. (07 de enero de 2022). *Emisión de licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turístico en el cantón Manta*. Obtenido de Emisión de licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turístico en el cantón Manta: <https://www.gob.ec/gadmc-manta/tramites/emision-licencia-unica-anual-funcionamiento-establecimientos-turistico-canton-manta>
- González, G. (02 de Abril de 2020). Obtenido de Investigación documental: características, estructura, etapas, tipos, ejemplos: <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>
- Lexico. (22 de junio de 2019). *comensal*. Obtenido de *comensal*: <https://www.lexico.com/es/definicion/comensal>
- LIBRO VERDE C.E. . (1995). Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/642/1/DefinicionesdeInnovacion.pdf>
- Lucich, M. (2003). *Mercado meta y segmentación de mercados*. Obtenido de Mercado meta y segmentación de mercados: [https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2866?inline=1#:~:text=Mercado%20meta%3A%20seg%C3%BAAn%20Kotler%20\(2003,que%20la%20empresa%20decide%20captar%E2%80%9D](https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2866?inline=1#:~:text=Mercado%20meta%3A%20seg%C3%BAAn%20Kotler%20(2003,que%20la%20empresa%20decide%20captar%E2%80%9D)
- manta.gob.ec. (09 de enero de 2021). Obtenido de <https://manta.gob.ec/manta-primer-puerto-pesquero-del-ecuador/>
- Muzeum Gastronomie. (21 de octubre de 2013). Obtenido de <https://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75>
- Osterwalder, A. (2011). *Generación de modelos de negocio*. DEUSTO S.A. EDICIONES.

Proaño, L. F. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. Obtenido de La Cultura del Emprendimiento y su Formación:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5599803.pdf>

QuestionPro. (28 de abril de 2020). *¿Qué es un análisis de mercado?* Obtenido de ¿Qué es un análisis de mercado?: <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-mercado/>

RAE. (s.f.). *OBSERVATORIO DE PALABRAS*. Obtenido de OBSERVATORIO DE PALABRAS: rae.es/observatorio-de-palabras/barista

Salto Zamora, J. L., & Franco Mero, J. A. (2020). *Trabajo de grado*. ULEAM. (12 de noviembre de 2007). Obtenido de <https://www.uleam.edu.ec/prueba-2/>

UNIVERSITAS AMERICARUM. (06 de enero de 2008). *Capítulo III Plan de Negocios*. Obtenido de Capítulo III Plan de Negocios:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf

Vergara, M. M. (junio de 2018). *Estándares jurídicos internacionales: Necesidad de un análisis conceptual*. Obtenido de Estándares jurídicos internacionales: Necesidad de un análisis conceptual:
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-97532018000100233

Zambrano, C. (s.f.). *Actividades clave*. Obtenido de Modelos Canva:
<https://modelocanvas.net/actividades-clave/>

Anexos

Modelo de encuesta

La palabra "coworking" está formada por "co" que proviene de "colaborative" y significa colaborativo y, «work» que se traduce como trabajo. Por tanto, se trata de un espacio de trabajo donde las personas pueden desarrollar sus labores profesionales. A estas personas se les denomina "coworkers".

Por lo anterior, la cafetería con estilo coworking quiere brindar a la comunidad de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí un espacio donde pueda trabajar de forma tranquila y a gusto, solo/a o en compañía de otras personas, y a la vez un espacio para disfrutar de un delicioso café, alimentos y/o bebidas.

1. Genero:

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otro, ¿cuál? _____

2. Ciudad en donde vive:

- a) Manta.
- b) Jaramijó.
- c) Montecristi.
- d) Portoviejo.
- e) Rocafuerte.
- f) Otro, ¿cuál? _____

3. A qué se dedica?

- a) Estudiante de pregrado
- b) Estudiante de posgrado.
- c) Docente.

- d)** Administrativo.
- e)** Otro, ¿cuál? _____

4. Edad:

- a)** Entre 15 y 20 años.
- b)** Entre 21 y 26 años.
- c)** Entre 27 y 32 años.
- d)** Entre 33 y 40 años.
- e)** De 41 años en adelante.

5. Si existiera una cafetería coworking en la tercera entrada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en Manta, estaría dispuesto/a usted a usar un servicio donde, además de poder consumir los productos que ofrezcan, tenga acceso a un espacio tranquilo de trabajo?

- a)** Sí.
- b)** No.

6. Con qué frecuencia acudiría a la cafetería?

- a)** 1 vez al mes.
- b)** 1 o 2 veces a la semana.
- c)** 3 veces a la semana.
- d)** Todos los días.
- e)** No acudiría.

7. ¿Cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede seleccionar más de una opción)

- a)** Tomar un buen café.
- b)** Punto de reunión.
- c)** Trabajar.

- d)** Leer.
 - e)** Comer algo.
 - f)** Compartir con otros.
 - g)** Otro, ¿cuál? _____
- 8.** Que tipos de alimentos y bebidas le gustaría encontrar en la cafetería?
- a)** Café Capuchino
 - b)** Café Expreso
 - c)** Jugos naturales
 - d)** Malteadas
 - e)** Sándwich
 - f)** Postres
 - g)** Tortas
 - h)** Bolón
 - i)** Pan de almidón
 - j)** Empanadas
 - k)** Otro, ¿cuál? _____
- 9.**Cuál es el valor que usted destinaría semanalmente en la cafetería?
- a)** \$10 - \$20
 - b)** \$30 - \$40
 - c)** \$40 - \$50
 - d)** Mas de \$50
- 10.** Cuánto tiempo dedicaría usted para estar en la cafetería, tomarse un café u otro alimento / bebida?
- a)** 10 minutos o menos
 - b)** Entre 10 y 0 minutos

c) Más de 30 minutos

11. En que horario usted prefiere acudir a la cafetería?

a) Desayuno

b) Media mañana

c) Media tarde

d) Cena

12. En la escala de 1 al 5, para usted, cuán importante es cada una de las siguientes características en una cafetería? (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

a) Atención cordial ()

b) Precio accesible ()

c) Rapidez en el servicio ()

d) Variedad de productos ()

e) Comodidad y ambiente agradable ()

f) Acceso a internet ()

g) Servicio a domicilio ()

Resultados y análisis de la encuesta

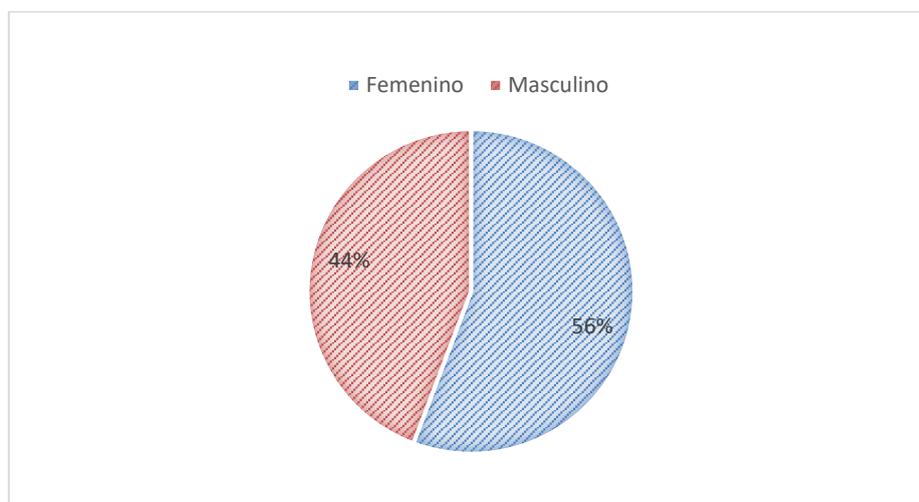
Las encuestas se realizaron de manera online, a la muestra de Estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; para el levantamiento de información se utilizó Google Forms, a continuación, se presentan los resultados.

1. Género:

Tabla 27 Género

Variable	Número de personas	Porcentaje
Femenino	107	55,7%
Masculino	85	44,3%
Total	192	100%

Ilustración 13 Género



Análisis:

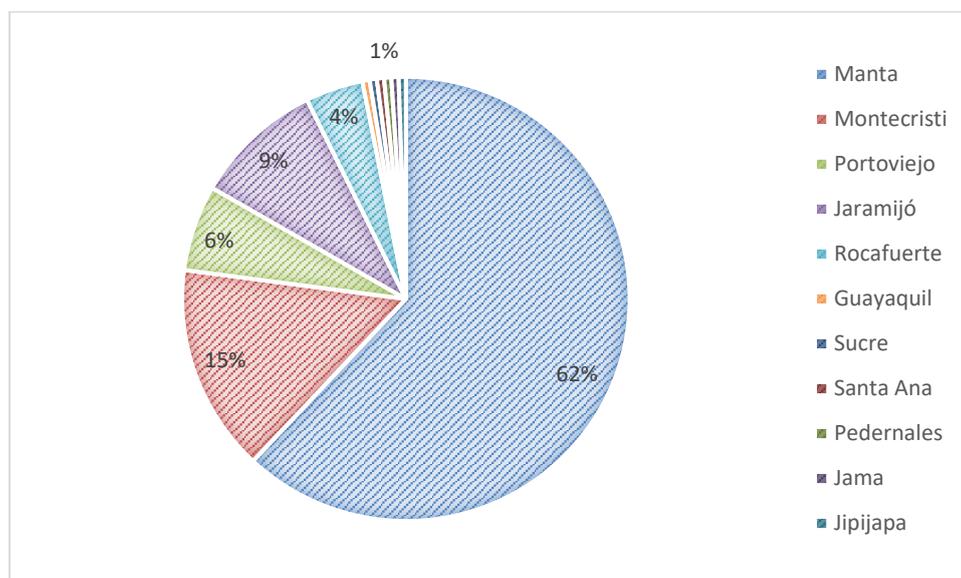
Según los resultados de la primera pregunta de la encuesta aplicada, nuestra muestra de 192 encuestados está formada en mayor parte por el género femenino con un 56% y el 44% género masculino.

2. Ciudad en donde vive:

Tabla 28 Ciudad en donde vive

Variable	Número de personas	Porcentaje
Manta	119	62,0%
Montecristi	29	15,1%
Portoviejo	12	6,3%
Jaramijó	18	9,4%
Rocafuerte	8	4,2%
Guayaquil	1	0,5%
Sucre	1	0,5%
Santa Ana	1	0,5%
Pedernales	1	0,5%
Jama	1	0,5%
Jipijapa	1	0,5%
Total	192	100%

Ilustración 14 Ciudad en donde vive



Análisis:

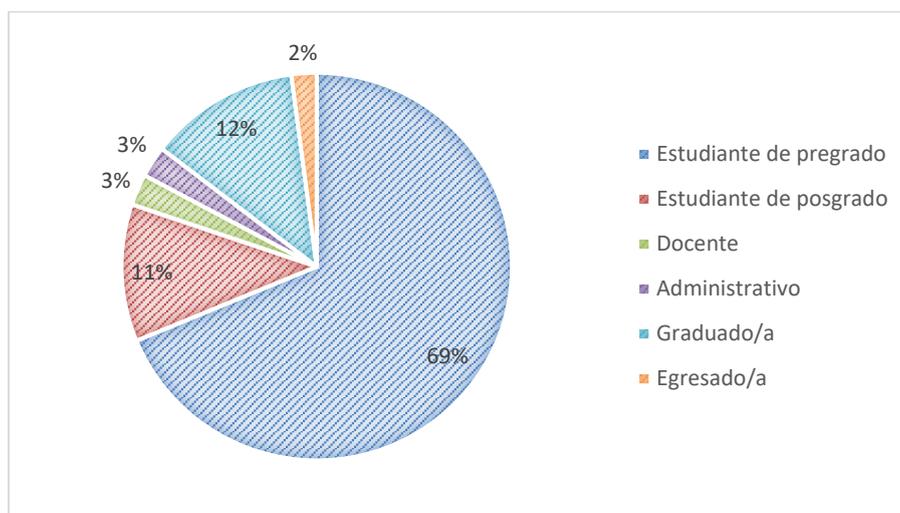
En base a los datos estadísticos se comprueba que de los 192 encuestados hay un rango máximo de Mantenses de 62%, seguido por un total de 15% residentes provenientes de Montecristi, luego 9% de Jaramijó, 6% de Portoviejo, 4% de Rocafuerte y con un 1% correspondientes a Guayaquil, Sucre, Santa Ana, Pedernales, Jama y Jipijapa cada uno.

3. A qué se dedica?

Tabla 29 A qué se dedica?

Variable	Número de personas	Porcentaje
Estudiante de pregrado	132	68,8%
Estudiante de posgrado	22	11,5%
Docente	5	2,6%
Administrativo	5	2,6%
Graduado/a	24	12,5%
Egresado/a	4	2,1%
Total	192	100%

Ilustración 15 A qué se dedica?



Análisis:

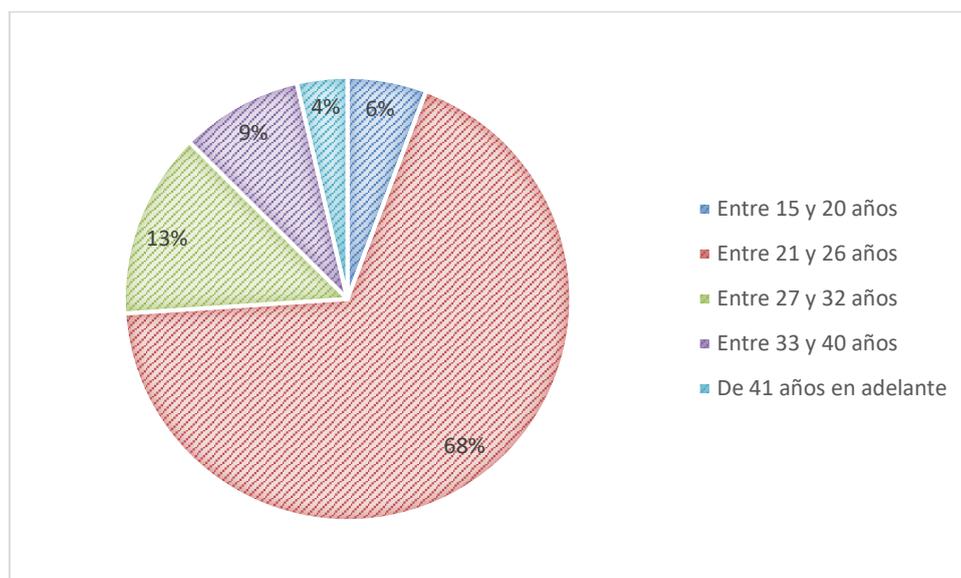
Según los resultados de la pregunta 3, de las 192 encuestas aplicadas el 69% son estudiantes de pregrado, el 11% son estudiantes de posgrado, el 3% son docentes y administrativos cada uno, el 13% son graduados y el 2% son egresados de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

4. Edad:

Tabla 30 Edad

Variable	Número de personas	Porcentaje
Entre 15 y 20 años	11	5,7%
Entre 21 y 26 años	131	68,2%
Entre 27 y 32 años	26	13,5%
Entre 33 y 40 años	17	8,9%
De 41 años en adelante	7	3,6%
Total	192	100%

Ilustración 16 Edad



Análisis:

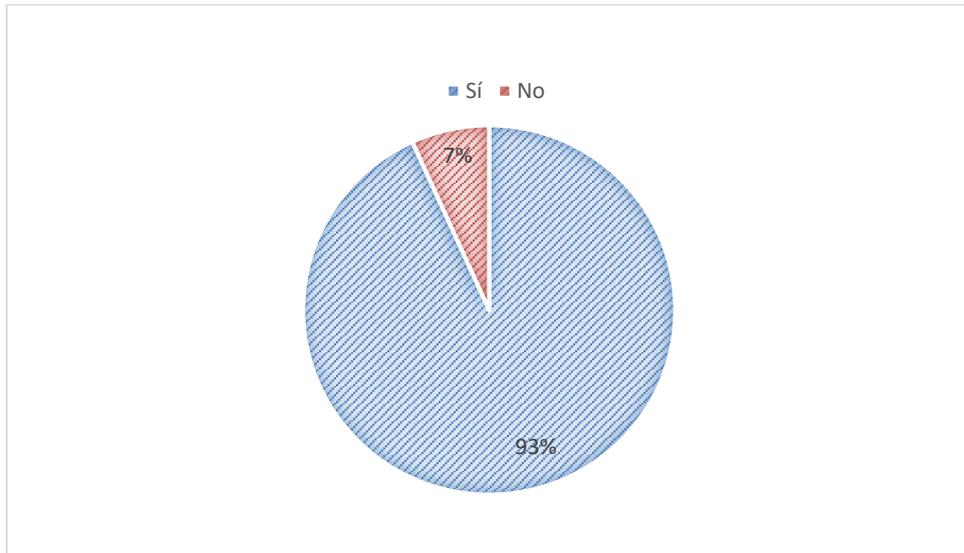
Como indica la anterior gráfica, los años que más predominan entre el número de encuestados se encuentra en el rango de 21 y 26 años, considerando que estamos en presencia de una población joven, seguido de ello se encuentra la edad de 27 y 32 años, luego 33 y 40 años, 15 y 20 años y por último una cantidad mínima de 41 años en adelante.

5. Si existiera una cafetería coworking en la tercera entrada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en Manta, estaría dispuesto/a usted a usar un servicio donde, además de poder consumir los productos que ofrezcan, tenga acceso a un espacio tranquilo de trabajo?

Tabla 31 Asistiría a la cafetería?

Variable	Número de personas	Porcentaje
Sí	179	93,2%
No	13	6,8%
Total	192	100%

Ilustración 17 Asistiría a la cafetería?



Análisis:

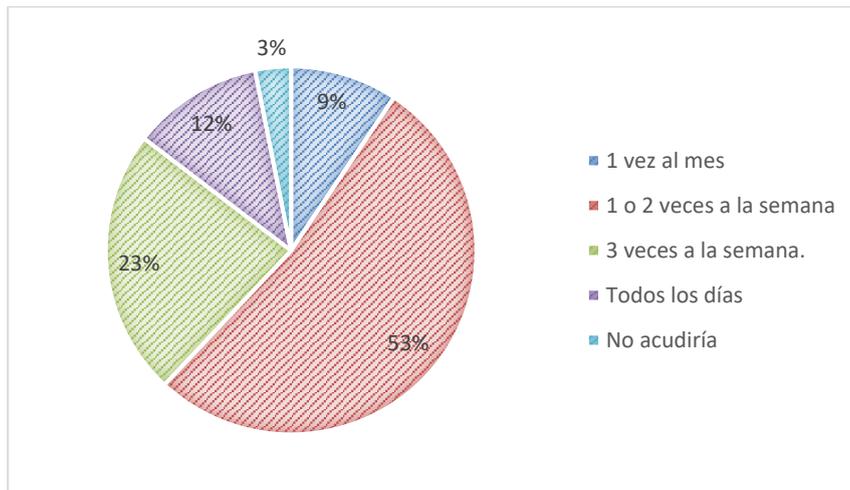
Según las respuestas dadas en la pregunta 5, el 93% de los 192 encuestados consideran que sí asistirían a la cafetería coworking ubicado en la tercera entrada de la universidad, obteniendo un resultado favorable teniendo en cuenta que de un total de 192 personas, 13 personas dijeron que no asistirían.

6. Con qué frecuencia acudiría a la cafetería?

Tabla 32 Frecuencia

Variable	Número de personas	Porcentaje
1 vez al mes	18	9,4%
1 o 2 veces a la semana	101	52,6%
3 veces a la semana.	45	23,4%
Todos los días	22	11,5%
No acudiría	6	3,1%
Total	192	100%

Ilustración 18 Frecuencia



Análisis:

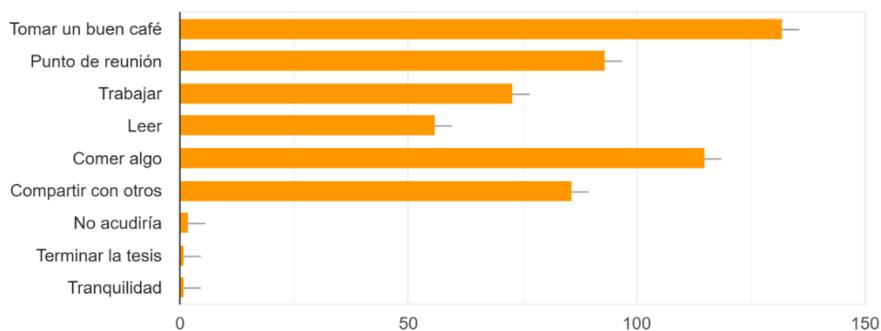
En base a los datos arrojados en la pregunta 6, el 53% de los encuestados asistirían una o dos veces a la semana, seguido por el 23% correspondiente a tres veces a la semana, después con el 12% que irían todos los días, el 9% asistiría una vez a la semana y el 3% considera que no acudiría a la cafetería.

7. ¿Cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede seleccionar más de una opción)

Ilustración 19 Motivaciones

Cuáles son los principales motivos por los que iría a una cafetería? (Puede seleccionar más de una opción)

192 respuestas



Análisis:

Para esta pregunta se describen los motivos por los cuales los encuestados irían a una cafetería, se puede concluir que los encuestados acudirían con el motivo principal de tomar un buen café y comer algo, seguido por tomar la cafetería como punto de reunión y compartir con otras personas, y por último para trabajar y leer dentro del lugar. Solo un 1% correspondiente a dos personas dieron a conocer que no acudirían a la cafetería.

8. Que tipos de alimentos y bebidas le gustaría encontrar en la cafetería?

Ilustración 20 Alimentos y bebidas



Análisis:

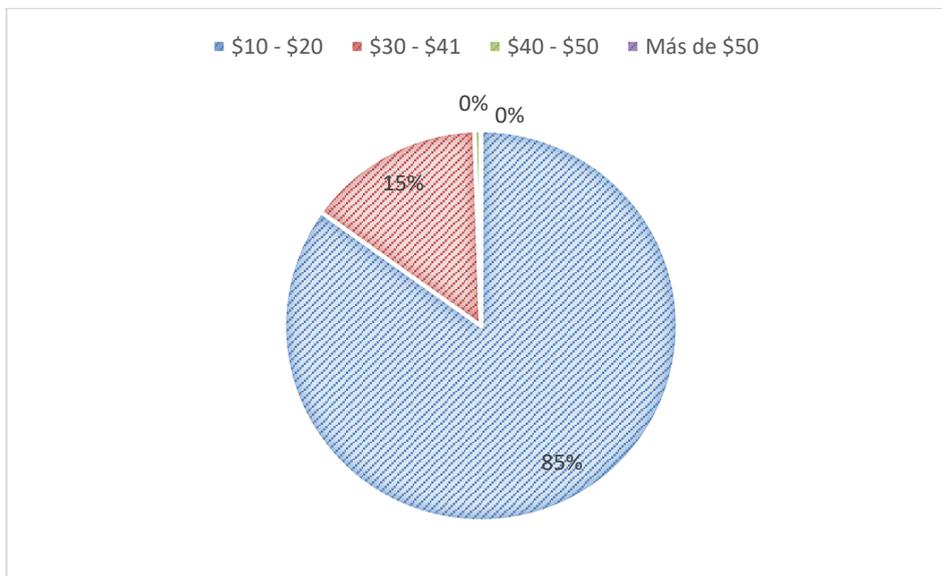
En la pregunta 8 se describe los tipos de alimentos que prefieren los encuestados, siendo la bebida principal el capuchino con un 70.8% correspondiente a 136 personas, dando a entender que la mayoría elegiría variedades en cafés, seguido por jugos naturales y como alimentos principales tenemos sándwiches, postres, bolones y empanadas como las más votadas.

9. Cuál es el valor que usted destinaría semanalmente en la cafetería?

Tabla 33 Valor semanal

Variable	Número de personas	Porcentaje
\$10 - \$20	163	84,9%
\$30 - \$41	28	14,6%
\$40 - \$50	1	0,5%
Más de \$50	0	0,0%
Total	192	100,0%

Ilustración 21 Valor semanal



Análisis:

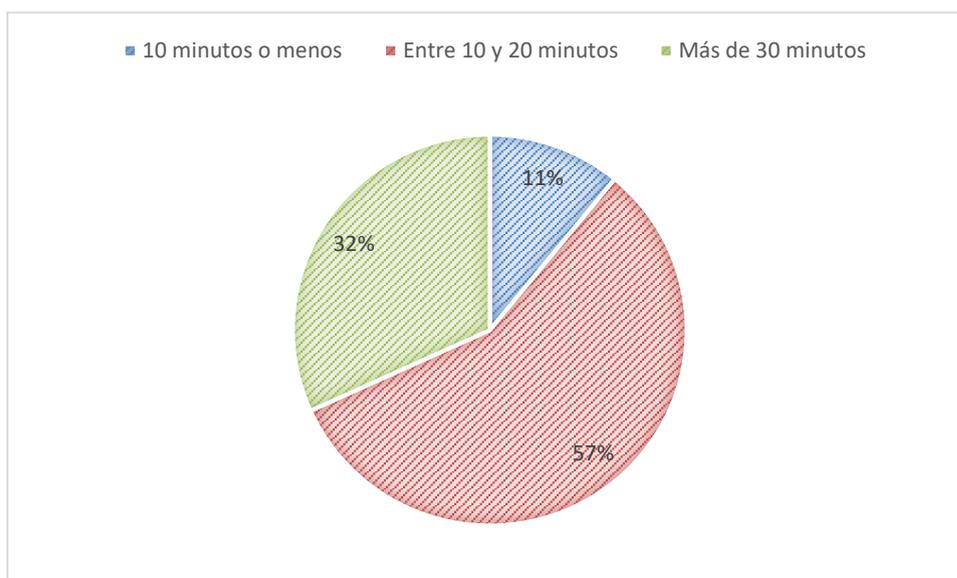
Con base en los datos obtenidos en la pregunta anterior, se refleja que el 84,9% los encuestados correspondiente a 163 personas están dispuestos a gastar entre \$10 y \$20 dólares semanales en la cafetería, y un 14,6% correspondiente a 28 personas gastarían entre \$30 y \$40 dólares semanales.

10. Cuánto tiempo dedicaría usted para estar en la cafetería, tomarse un café u otro alimento / bebida?

Tabla 34 Tiempo

Variable	Número de personas	Porcentaje
10 minutos o menos	21	10,9%
Entre 10 y 20 minutos	110	57,3%
Más de 30 minutos	61	31,8%
Total	192	100,0%

Ilustración 22 Tiempo



Análisis:

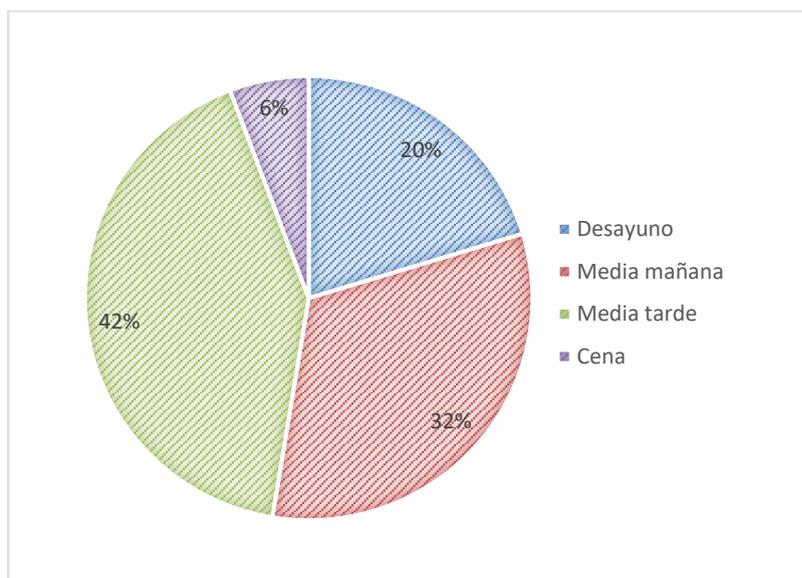
Según los resultados dados por la pregunta 10, el 57% de los encuestados están dispuestos a permanecer en la cafetería por un tiempo estimado de 10 y 20 minutos, seguido por el 32% que estaría más de media hora en el establecimiento y por último tenemos que el 11% de los encuestados tomaría 10 minutos o menos para tomar cualquier alimento y/o bebida.

11. En que horario usted prefiere acudir a la cafetería?

Tabla 35 Horario

Variable	Número de personas	Porcentaje
Desayuno	39	20,3%
Media mañana	62	32,3%
Media tarde	80	41,7%
Cena	11	5,7%
Total	192	100,0%

Ilustración 23 Horario



Análisis:

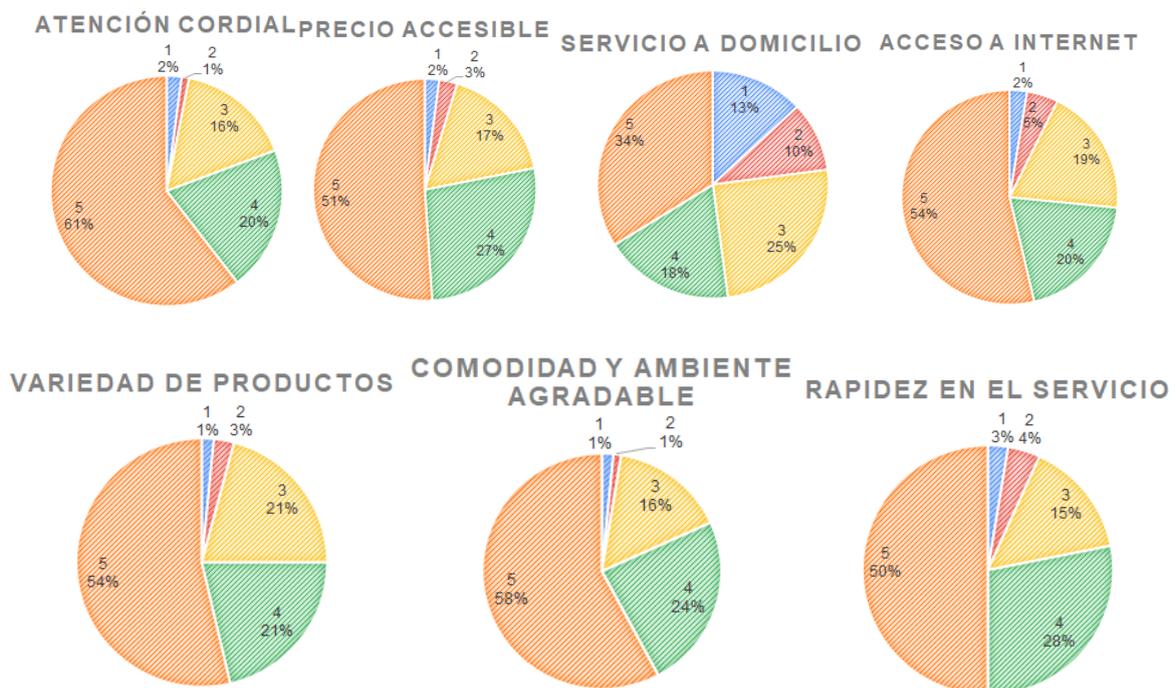
Los resultados obtenidos en esta pregunta permiten clarificar que la hora de preferencia de la mayoría de los encuestados para ir a la cafetería es en la media mañana y media tarde, tomando valores porcentuales del 32% y 42%, siendo esta última la más votada. En tercer lugar se encuentra la hora del desayuno con el 20% y solo un 6% tomaría la cena en el establecimiento.

12. En la escala de 1 al 5, para usted, cuán importante es cada una de las siguientes características en una cafetería? (siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

Tabla 36 Grado de importancia

Variable	1	2	3	4	5	Número de personas	Porcentaje
Atención cordial	4	2	31	39	116	192	100%
Precio accesible	4	5	33	52	98	192	100%
Rapidez en el servicio	5	8	29	54	96	192	100%
Variedad de productos	3	5	40	41	103	192	100%
Comodidad y ambiente agradable	3	2	30	46	111	192	100%
Acceso a internet	5	9	37	38	103	192	100%
Servicio a domicilio	25	19	48	35	65	192	100%

Ilustración 24 Grado de importancia



Análisis:

Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la pregunta 12 se entiende que, para la mayoría de los encuestados, el orden de importancia de algunas de las características que debe tener la cafetería es la siguiente: en primer lugar se encuentra la atención

cordial, en segundo lugar la comodidad y ambiente agradable, en tercer lugar la variedad de productos, en cuarto lugar el servicio de internet, en quinto lugar que los precios sean accesibles, en sexto lugar la rapidez en el servicio y por último lugar, pero no menos importante, se encuentra el servicio a domicilio.

Perfil de trabajadores

Tabla 37 Perfil de trabajador Administrador

Cargo	Administrador
Requisitos obligatorios	Título profesional (Ingeniero Comercial o similar). 1 a 3 años de experiencia. Manejo de sistema de puntos de pago. Manejo en servicio al cliente y relaciones interpersonales. Capacidad de liderazgo. Polifuncional . Conocimientos en la caja.
Requisitos deseados	Experiencia en administración de cafeterías. Administración de la cafetería. Generar y fortalecer alianzas. Pago de sueldos. Realizar lista de compras y pedidos. Llevar inventario. Llevar caja.
Remuneración	\$ 425.00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 38 Perfil de trabajador Barista

Cargo	Barista (1 persona)
Requisitos obligatorios	Educación media completa. 1 años de experiencia previa. Manejo en servicio al cliente y relaciones interpersonales. Creativo. Proactivo.
Requisitos deseados	Experiencia en cafeterías. Cursos en seguridad alimentaria y relacionadas. Conocimiento práctico del latte art.
Responsabilidades	Controlar el ingreso y salida de la materia prima. Preparar los alimentos y bebidas para la venta.
Remuneración	\$425.00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autora

Tabla 39 Perfil de trabajador Mesero/a

Cargo	Meseros
Requisitos obligatorios	Educación media completa. Amable y cordial. Manejo en servicio al cliente y relaciones interpersonales. Conocer las reglas de higiene y seguridad alimentaria.
Requisitos deseados	Experiencia como mesero/a.
Responsabilidades	Atención clientes Ayudante de cocina Ayudante en barra Anfitrión Manejo de platos
Remuneración	\$425.00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autora

Uniforme

Camisa de uniforme y delantal que usará nuestro personal con el logo de la marca.

Ilustración 25: Delantal y camisa



Tabla 40 Equipo de oficina

Equipo de oficina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Punto de venta	1	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Cámaras de seguridad Hikvision	3	\$ 69,95	\$ 209,85
Total de equipos		\$ 1.929,95	\$ 2.069,85

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 41 Equipo de computo

Equipo de computo	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Laptop HP	3	\$ 232,00	\$ 696,00
Impresora Hp	1	\$ 179,00	\$ 179,00
Total		\$ 411,00	\$ 875,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 42 Equipos y herramientas

Equipos y herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Horno	1	\$ 53,00	\$ 53,00
Licuadaora	1	\$ 68,00	\$ 68,00
Molino de café	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Maquina Espresso	2	\$ 57,00	\$ 114,00
Sanduchera	1	\$ 17,00	\$ 17,00
Refrigerador	1	\$ 490,00	\$ 490,00
vitrina pastelera	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Total		\$ 1.635,00	\$ 1.692,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 43 Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Mesas y sillas	5	\$ 115,00	\$ 575,00
Bote de basura interior	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Casilleros	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Salas En Pallets	2	\$ 280,00	\$ 560,00
Mesas y sillas	4	\$ 115,00	\$ 460,00
Bote de basura interior	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Total		\$ 747,50	\$ 1.840,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 44 Menaje y lencería

Menaje y lencería	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Set de cocina	1	\$ 114,00	\$ 114,00
Set vajilla	36	\$ 3,60	\$ 129,60
Cristalería	36	\$ 1,10	\$ 39,60
Cubertería	4	\$ 14,00	\$ 56,00
Salero, pimentero y servilletero	9	\$ 2,30	\$ 20,70
Chemex	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Jarra espumosa de leche	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Prensa francesa	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Tetera	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Señaléticas	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Total		\$ 371,00	\$ 651,90

Tabla 45 Costos de permisos de funcionamiento y constitución de la empresa

Costos de permisos de funcionamiento		
Descripción	A quien se debe pagar y/o cumplir obligación	Valor
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio de Turismo / Municipio	30,00
Permiso Sanitario	Ministerio de salud	43,92
Patente municipal	Municipio	10,00
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	20,00
Bomberos	Cuerpo de bomberos	10,00
Licencia Ambiental	Municipio	500,00
Impuesto predial	Municipio	226,03
Total		839,95

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 46 Costos de constitución de la empresa

Constitución de la empresa		
Descripción	A quien se debe pagar y/o cumplir obligación	Valor
Cuenta I.C	Banco local	5,00
Elaboración de escritura pública y anotaciones marginales	Notaria	90,00
Publicación	Diario	25,00
Inscripción	Registro mercantil	174,83
Inscripción del nombramiento Gerente (5 hojas)	Registro mercantil	9,30
Inscripción del nombramiento presidente (5 hojas)	Registro mercantil	9,30
Cuenta I.C	Banco local	5,00
Total		313,43

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora

Tabla 47 Depreciación anual

Activo	Valor contable	Valor residual	% anual	Vida contable años	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5	Valor desecho
Equipos de Oficina	2.069,85	206,99	10%	10	186,29	186,29	186,29	186,29	186,29	1.138,42
Equipos de Computación	875,00	175,00	20%	5	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	875,00
Muebles y Enseres	1.840,00	184,00	10%	10	165,60	165,60	165,60	165,60	165,60	1.012,00
Equipos y herramientas	1.692,00	169,20	10%	10	152,28	152,28	152,28	152,28	152,28	930,60
Menaje y lencería	651,90	130,38	20%	5	104,30	104,30	104,30	104,30	104,30	651,90
Depreciación Anual					748,47	748,47	748,47	748,47	748,47	4.607,92

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 48 Sueldos y Salarios

Sueldos y Salarios										
Cargo	Sueldo	Aporte Patronal (11,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de reserva (8.33%)	Sueldo + Décimos	Sueldo primer año	Sueldo segundo año
Barista	425,00	47,39	472,39	5.668,65	425,00	340,00	35,40	6.433,65	6.433,65	6.858,48
Mesero	425,00	47,39	472,39	5.668,65	425,00	340,00	35,40	6.433,65	6.433,65	6.858,48
Administrador	425,00	47,39	472,39	5.668,65	425,00	340,00	35,40	6.433,65	6.433,65	6.858,48
Total	1.275,00	142,16	1.417,16	17.005,95	1.275,00	1.020,00	106,21	19.300,95	19.300,95	20.575,44

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Ingresos proyectados

Tabla 49 Ingresos año 1

Año 1															
Descripción de ventas	Valor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Ingreso Anual
Tinto	0,95	60	65	20	62	70	80	70	60	20	60	87	78	732	695,40
Espresso	1,20	55	65	25	53	60	65	65	65	25	60	65	65	668	801,60
Americano	1,20	70	80	40	90	85	80	85	80	40	75	80	81	886	1.063,20
Macchiato	1,35	73	83	43	143	139	85	83	83	43	99	83	83	1040	1.404,00
Cappuccino	1,40	73	83	43	135	154	83	83	83	43	87	123	83	1073	1.502,20
Espresso con panna	1,70	62	72	32	52	68	73	72	70	32	68	72	74	747	1.269,90
Moccacino	1,70	62	72	32	64	67	72	72	72	32	67	72	72	756	1.285,20
Latte	1,60	89	99	49	96	94	129	98	99	49	115	99	97	1113	1.780,80
Affogato	2,10	48	58	18	50	53	58	58	58	18	53	58	58	588	1.234,80
Corretto	2,10	40	50	10	39	43	50	50	50	10	43	50	50	485	1.018,50
Jugo natural	1,00	90	100	50	70	95	100	100	99	50	95	100	101	1050	1.050,00
Limonada natural	1,00	56	66	16	40	61	66	66	66	16	61	66	66	646	646,00
Chocolate	1,50	53	63	13	43	58	63	83	63	13	58	63	63	636	954,00
Aromática	0,75	38	48	8	34	43	48	48	48	8	43	48	48	462	346,50
Batido de fruta	2,40	36	56	16	36	68	56	56	56	16	36	56	56	544	1.305,60

Pastel de pollo	1,50	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.378,50
Dedo de queso	1,00	134	124	72	89	97	127	136	101	72	78	94	114	1238	1.238,00
Pastel hawaiano	1,20	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.102,80
Muffin	0,75	75	78	55	46	78	79	78	80	55	46	78	85	833	624,75
Bolón	3,50	57	60	57	28	60	63	60	60	57	28	60	60	650	2.275,00
Corviche	0,85	70	73	70	41	73	73	74	73	70	41	73	76	807	685,95
Pan de yuca	0,85	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	952,00
Empanada de carne	0,95	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.064,00
Empanada de queso	0,85	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	952,00
Waffles	3,50	60	63	60	31	63	63	63	63	60	31	63	63	683	2.390,50
Torta de chocolate	1,00	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	910,00
Torta de Queso	1,00	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	910,00
Desayuno	2,00	73	76	63	43	76	74	79	78	63	43	77	80	825	1.650,00
Churros Nutella y manjar x8	4,00	47	59	18	56	54	61	44	62	16	71	63	35	586	2.344,00
Churros Junior surtidos x16	6,00	24	35	11	24	26	41	26	34	8	29	20	37	315	1.890,00
Total															36.725,20
Alquiler	100,00	4	5	1	3	4	3	4	3	1	3	4	7	42	4.200,00
Servicio de impresión por hoja a color	0,20	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	692,80
Servicio de impresión por hoja a bl/n	0,10	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	346,40
Computadora alquiler	2,00	87	84	32	53	92	83	79	77	32	95	82	71	867	1.734,00
Total															6.973,20
Total de ventas															43.698,40

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 50 Ingresos año 2

Año 2															
Descripción de ventas	Valor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Ingreso Anual
Tinto	1,00	60	65	20	62	70	80	70	60	20	60	87	78	732	730,17
Espresso	1,26	55	65	25	53	60	65	65	65	25	60	65	65	668	841,68
Americano	1,26	70	80	40	90	85	80	85	80	40	75	80	81	886	1.116,36
Macchiato	1,42	73	83	43	143	139	85	83	83	43	99	83	83	1040	1.474,20
Cappuccino	1,47	73	83	43	135	154	83	83	83	43	87	123	83	1073	1.577,31
Espresso con panna	1,79	62	72	32	52	68	73	72	70	32	68	72	74	747	1.333,40
Moccacino	1,79	62	72	32	64	67	72	72	72	32	67	72	72	756	1.349,46
Latte	1,68	89	99	49	96	94	129	98	99	49	115	99	97	1113	1.869,84
Affogato	2,21	48	58	18	50	53	58	58	58	18	53	58	58	588	1.296,54
Corretto	2,21	40	50	10	39	43	50	50	50	10	43	50	50	485	1.069,43
Jugo natural	1,05	90	100	50	70	95	100	100	99	50	95	100	101	1050	1.102,50
Limonada natural	1,05	56	66	16	40	61	66	66	66	16	61	66	66	646	678,30
Chocolate	1,58	53	63	13	43	58	63	83	63	13	58	63	63	636	1.001,70
Aromática	0,79	38	48	8	34	43	48	48	48	8	43	48	48	462	363,83
Malteada	2,52	36	56	16	36	68	56	56	56	16	36	56	56	544	1.370,88
Pastel de pollo	1,58	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.447,43
Dedo de queso	1,05	134	124	72	89	97	127	136	101	72	78	94	114	1238	1.299,90
Pastel hawaiano	1,26	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.157,94

Muffin	0,79	75	78	55	46	78	79	78	80	55	46	78	85	833	655,99
Bolón	3,68	57	60	57	28	60	63	60	60	57	28	60	60	650	2.388,75
Corviche	0,89	70	73	70	41	73	73	74	73	70	41	73	76	807	720,25
Pan de yuca	0,89	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	999,60
Empanada de carne	1,00	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.117,20
Empanada de queso	0,89	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	999,60
Waffles	3,68	60	63	60	31	63	63	63	63	60	31	63	63	683	2.510,03
Torta de chocolate	1,05	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	955,50
Torta de Queso	1,05	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	955,50
Desayuno	2,10	73	76	63	43	76	74	79	78	63	43	77	80	825	1.732,50
Churros Nutella y manjar x8	4,20	47	59	18	56	54	61	44	62	16	71	63	35	586	2.461,20
Churros Junior surtidos x16	6,30	24	35	11	24	26	41	26	34	8	29	20	37	315	1.984,50
Total															38.561,46
Alquiler	105,00	4	5	1	3	4	3	4	3	1	3	4	7	42	4.410,00
Servicio de impresión por hoja a color	0,21	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	727,44
Servicio de impresión por hoja a bl/n	0,11	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	363,72
Computadora alquiler	2,10	87	84	32	53	92	83	79	77	32	95	82	71	867	1.820,70
Total															7.321,86
Total de ventas															45.883,32

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 51 Ingresos año 3

Año 3															
Descripción de ventas	Valor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Ingreso Anual
Tinto	1,05	60	65	20	62	70	80	70	60	20	60	87	78	732	766,68
Espresso	1,32	55	65	25	53	60	65	65	65	25	60	65	65	668	883,76
Americano	1,32	70	80	40	90	85	80	85	80	40	75	80	81	886	1.172,18
Macchiato	1,49	73	83	43	143	139	85	83	83	43	99	83	83	1040	1.547,91
Cappuccino	1,54	73	83	43	135	154	83	83	83	43	87	123	83	1073	1.656,18
Espresso con panna	1,87	62	72	32	52	68	73	72	70	32	68	72	74	747	1.400,06
Moccacino	1,87	62	72	32	64	67	72	72	72	32	67	72	72	756	1.416,93
Latte	1,76	89	99	49	96	94	129	98	99	49	115	99	97	1113	1.963,33
Affogato	2,32	48	58	18	50	53	58	58	58	18	53	58	58	588	1.361,37
Corretto	2,32	40	50	10	39	43	50	50	50	10	43	50	50	485	1.122,90
Jugo natural	1,10	90	100	50	70	95	100	100	99	50	95	100	101	1050	1.157,63
Limonada natural	1,10	56	66	16	40	61	66	66	66	16	61	66	66	646	712,22
Chocolate	1,65	53	63	13	43	58	63	83	63	13	58	63	63	636	1.051,79
Aromática	0,83	38	48	8	34	43	48	48	48	8	43	48	48	462	382,02
Malteada	2,65	36	56	16	36	68	56	56	56	16	36	56	56	544	1.439,42
Pastel de pollo	1,65	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.519,80
Dedo de queso	1,10	134	124	72	89	97	127	136	101	72	78	94	114	1238	1.364,90
Pastel hawaiano	1,32	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.215,84

Muffin	0,83	75	78	55	46	78	79	78	80	55	46	78	85	833	688,79
Bolón	3,86	57	60	57	28	60	63	60	60	57	28	60	60	650	2.508,19
Corviche	0,94	70	73	70	41	73	73	74	73	70	41	73	76	807	756,26
Pan de yuca	0,94	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.049,58
Empanada de carne	1,05	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.173,06
Empanada de queso	0,94	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.049,58
Waffles	3,86	60	63	60	31	63	63	63	63	60	31	63	63	683	2.635,53
Torta de chocolate	1,10	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	1.003,28
Torta de Queso	1,10	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	1.003,28
Desayuno	2,21	73	76	63	43	76	74	79	78	63	43	77	80	825	1.819,13
Churros Nutella y manjar x8	4,41	47	59	18	56	54	61	44	62	16	71	63	35	586	2.584,26
Churros Junior surtidos x16	6,62	24	35	11	24	26	41	26	34	8	29	20	37	315	2.083,73
Total															40.489,53
Alquiler	110,25	4	5	1	3	4	3	4	3	1	3	4	7	42	4.630,50
Servicio de impresión por hoja a color	0,22	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	763,81
Servicio de impresión por hoja a bl/n	0,11	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	381,91
Computadora alquiler	2,21	87	84	32	53	92	83	79	77	32	95	82	71	867	1.911,74
Total															7.687,95
Total de ventas															48.177,49

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 52 Ingresos año 4

Año 4															
Descripción de ventas	Valor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Ingreso Anual
Tinto	1,10	60	65	20	62	70	80	70	60	20	60	87	78	732	805,01
Espresso	1,39	55	65	25	53	60	65	65	65	25	60	65	65	668	927,95
Americano	1,39	70	80	40	90	85	80	85	80	40	75	80	81	886	1.230,79
Macchiato	1,56	73	83	43	143	139	85	83	83	43	99	83	83	1040	1.625,31
Cappuccino	1,62	73	83	43	135	154	83	83	83	43	87	123	83	1073	1.738,98
Espresso con panna	1,97	62	72	32	52	68	73	72	70	32	68	72	74	747	1.470,07
Moccacino	1,97	62	72	32	64	67	72	72	72	32	67	72	72	756	1.487,78
Latte	1,85	89	99	49	96	94	129	98	99	49	115	99	97	1113	2.061,50
Affogato	2,43	48	58	18	50	53	58	58	58	18	53	58	58	588	1.429,44
Corretto	2,43	40	50	10	39	43	50	50	50	10	43	50	50	485	1.179,04
Jugo natural	1,16	90	100	50	70	95	100	100	99	50	95	100	101	1050	1.215,51
Limonada natural	1,16	56	66	16	40	61	66	66	66	16	61	66	66	646	747,83
Chocolate	1,74	53	63	13	43	58	63	83	63	13	58	63	63	636	1.104,37
Aromática	0,87	38	48	8	34	43	48	48	48	8	43	48	48	462	401,12
Malteada	2,78	36	56	16	36	68	56	56	56	16	36	56	56	544	1.511,40
Pastel de pollo	1,74	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.595,79
Dedo de queso	1,16	134	124	72	89	97	127	136	101	72	78	94	114	1238	1.433,14
Pastel hawaiano	1,39	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919	1.276,63

Muffin	0,87	75	78	55	46	78	79	78	80	55	46	78	85	833	723,23
Bolón	4,05	57	60	57	28	60	63	60	60	57	28	60	60	650	2.633,60
Corviche	0,98	70	73	70	41	73	73	74	73	70	41	73	76	807	794,07
Pan de yuca	0,98	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.102,06
Empanada de carne	1,10	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.231,71
Empanada de queso	0,98	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120	1.102,06
Waffles	4,05	60	63	60	31	63	63	63	63	60	31	63	63	683	2.767,30
Torta de chocolate	1,16	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	1.053,44
Torta de Queso	1,16	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910	1.053,44
Desayuno	2,32	73	76	63	43	76	74	79	78	63	43	77	80	825	1.910,08
Churros Nutella y manjar x8	4,63	47	59	18	56	54	61	44	62	16	71	63	35	586	2.713,47
Churros Junior surtidos x16	6,95	24	35	11	24	26	41	26	34	8	29	20	37	315	2.187,91
Total															42.514,01
Alquiler	115,76	4	5	1	3	4	3	4	3	1	3	4	7	42	4.862,03
Servicio de impresión por hoja a color	0,23	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	802,00
Servicio de impresión por hoja a bl/n	0,12	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	401,00
Computadora alquiler	2,32	87	84	32	53	92	83	79	77	32	95	82	71	867,00	2.007,32
Total															8.072,35
Total de ventas															50.586,36

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 53 Ingresos año 5

Año 1															
Descripción de ventas	Valor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Ingreso Anual
Tinto	1,15	60	65	20	62	70	80	70	60	20	60	87	78	732,00	845,26
Espresso	1,46	55	65	25	53	60	65	65	65	25	60	65	65	668,00	974,35
Americano	1,46	70	80	40	90	85	80	85	80	40	75	80	81	886,00	1.292,33
Macchiato	1,64	73	83	43	143	139	85	83	83	43	99	83	83	1040,00	1.706,57
Cappuccino	1,70	73	83	43	135	154	83	83	83	43	87	123	83	1073,00	1.825,93
Espresso con panna	2,07	62	72	32	52	68	73	72	70	32	68	72	74	747,00	1.543,57
Moccacino	2,07	62	72	32	64	67	72	72	72	32	67	72	72	756,00	1.562,17
Latte	1,94	89	99	49	96	94	129	98	99	49	115	99	97	1113,00	2.164,57
Affogato	2,55	48	58	18	50	53	58	58	58	18	53	58	58	588,00	1.500,91
Corretto	2,55	40	50	10	39	43	50	50	50	10	43	50	50	485,00	1.237,99
Jugo natural	1,22	90	100	50	70	95	100	100	99	50	95	100	101	1050,00	1.276,28
Limonada natural	1,22	56	66	16	40	61	66	66	66	16	61	66	66	646,00	785,22
Chocolate	1,82	53	63	13	43	58	63	83	63	13	58	63	63	636,00	1.159,59
Aromática	0,91	38	48	8	34	43	48	48	48	8	43	48	48	462,00	421,17
Malteada	2,92	36	56	16	36	68	56	56	56	16	36	56	56	544,00	1.586,96
Pastel de pollo	1,82	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919,00	1.675,58
Dedo de queso	1,22	134	124	72	89	97	127	136	101	72	78	94	114	1238,00	1.504,80
Pastel hawaiano	1,46	83	86	63	54	88	87	90	79	63	53	87	86	919,00	1.340,46

Muffin	0,91	75	78	55	46	78	79	78	80	55	46	78	85	833,00	759,39
Bolón	4,25	57	60	57	28	60	63	60	60	57	28	60	60	650,00	2.765,28
Corviche	1,03	70	73	70	41	73	73	74	73	70	41	73	76	807,00	833,78
Pan de yuca	1,03	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120,00	1.157,16
Empanada de carne	1,15	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120,00	1.293,30
Empanada de queso	1,03	127	101	68	59	126	100	138	94	68	59	93	87	1120,00	1.157,16
Waffles	4,25	60	63	60	31	63	63	63	63	60	31	63	63	683,00	2.905,67
Torta de chocolate	1,22	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910,00	1.106,11
Torta de Queso	1,22	82	85	62	53	85	85	85	84	62	53	85	89	910,00	1.106,11
Desayuno	2,43	73	76	63	43	76	74	79	78	63	43	77	80	825,00	2.005,59
Churros Nutella y manjar x8	4,86	47	59	18	56	54	61	44	62	16	71	63	35	586,00	2.849,15
Churros Junior surtidos x16	7,29	24	35	11	24	26	41	26	34	8	29	20	37	315,00	2.297,31
Total															44.639,71
Alquiler	121,55	4	5	1	3	4	3	4	3	1	3	4	7	42	5.105,13
Servicio de impresión por hoja a color	0,24	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	842,10
Servicio de impresión por hoja a bl/n	0,12	240	350	167	283	360	397	328	240	167	295	367	270	3464	421,05
Computadora alquiler	2,43	87	84	32	53	92	83	79	77	32	95	82	71	867,00	2.107,69
Total															8.475,97
Total de ventas															53.115,68

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Costos proyectados

Tabla 54 Costos año 1

Año 1													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios													
Barista	472,39	472,39	812,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	897,39	6.433,65
Mesero	472,39	472,39	812,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	897,39	6.433,65
Administrador	472,39	472,39	812,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	472,39	897,39	6.433,65
Total													19676,30
Insumos de limpieza													
Insumos de limpieza	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	174,00
Total													174,00
Servicios básicos													
Internet	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	456,00
Gas	55,00	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	93,50
Total													549,50
Materia prima													
Tinto	14,82	16,06	4,94	15,31	17,29	19,76	17,29	14,82	4,94	14,82	21,49	19,27	180,80
Espresso	15,18	17,94	6,90	14,63	16,56	17,94	17,94	17,94	6,90	16,56	17,94	17,94	184,37
Americano	28,56	32,64	16,32	36,72	34,68	32,64	34,68	32,64	16,32	30,60	32,64	33,05	361,49
Macchiato	28,58	32,49	16,83	55,98	54,42	33,28	32,49	32,49	16,83	38,76	32,49	32,49	407,16
Cappuccino	25,55	29,05	15,05	47,25	53,90	29,05	29,05	29,05	15,05	30,45	43,05	29,05	375,55
Espresso con panna	43,21	50,18	22,30	36,24	47,40	50,88	50,18	48,79	22,30	47,40	50,18	51,58	520,66
Moccacino	29,51	34,27	15,23	30,46	31,89	34,27	34,27	34,27	15,23	31,89	34,27	34,27	359,86

Latte	62,66	69,70	34,50	67,58	66,18	90,82	68,99	69,70	34,50	80,96	69,70	68,29	783,55
Affogato	38,30	46,28	14,36	39,90	42,29	46,28	46,28	46,28	14,36	42,29	46,28	46,28	469,22
Corretto	40,32	50,40	10,08	39,31	43,34	50,40	50,40	50,40	10,08	43,34	50,40	50,40	488,88
Jugo natural	18,00	20,00	10,00	14,00	19,00	20,00	20,00	19,80	10,00	19,00	20,00	20,20	210,00
Limonada natural	7,28	8,58	2,08	5,20	7,93	8,58	8,58	8,58	2,08	7,93	8,58	8,58	83,98
Chocolate	21,47	25,52	5,27	17,42	23,49	25,52	33,62	25,52	5,27	23,49	25,52	25,52	257,58
Aromática	5,70	7,20	1,20	5,10	6,45	7,20	7,20	7,20	1,20	6,45	7,20	7,20	69,30
Malteada	32,83	51,07	14,59	32,83	62,02	51,07	51,07	51,07	14,59	32,83	51,07	51,07	496,13
Pastel de pollo	33,62	34,83	25,52	21,87	35,64	35,24	36,45	32,00	25,52	21,47	35,24	34,83	372,20
Dedo de queso	29,48	27,28	15,84	19,58	21,34	27,94	29,92	22,22	15,84	17,16	20,68	25,08	272,36
Pastel hawaiano	32,87	34,06	24,95	21,38	34,85	34,45	35,64	31,28	24,95	20,99	34,45	34,06	363,92
Muffin	7,31	7,61	5,36	4,49	7,61	7,70	7,61	7,80	5,36	4,49	7,61	8,29	81,22
Bolón	85,79	90,30	85,79	42,14	90,30	94,82	90,30	90,30	85,79	42,14	90,30	90,30	978,25
Corviche	23,80	24,82	23,80	13,94	24,82	24,82	25,16	24,82	23,80	13,94	24,82	25,84	274,38
Pan de yuca	32,39	25,76	17,34	15,05	32,13	25,50	35,19	23,97	17,34	15,05	23,72	22,19	285,60
Empanada de carne	42,23	33,58	22,61	19,62	41,90	33,25	45,89	31,26	22,61	19,62	30,92	28,93	372,40
Empanada de queso	32,39	25,76	17,34	15,05	32,13	25,50	35,19	23,97	17,34	15,05	23,72	22,19	285,60
Waffles	60,90	63,95	60,90	31,47	63,95	63,95	63,95	63,95	60,90	31,47	63,95	63,95	693,25
Torta de chocolate	24,60	25,50	18,60	15,90	25,50	25,50	25,50	25,20	18,60	15,90	25,50	26,70	273,00
Torta de Queso	24,60	25,50	18,60	15,90	25,50	25,50	25,50	25,20	18,60	15,90	25,50	26,70	273,00
Desayuno	42,34	44,08	36,54	24,94	44,08	42,92	45,82	45,24	36,54	24,94	44,66	46,40	478,50
Churros Nutella y manjar x8	71,44	89,68	27,36	85,12	82,08	92,72	66,88	94,24	24,32	107,92	95,76	53,20	890,72
Churros Junior surtidos x16	47,52	69,30	21,78	47,52	51,48	81,18	51,48	67,32	15,84	57,42	39,60	73,26	623,70
Total													11.766,62
													Total
													31.791,07

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 55 Costos año 2

Año 1													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios													
Barista	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48	507,79
Mesero	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48	507,79
Administrador	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48	507,79
Total													20.575,44
Insumos de limpieza													
Insumos de limpieza	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	15,23	182,70
Total													182,70
Servicios básicos													
Internet	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	39,90	478,80
Gas	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	3,68	44,10
Total													522,90
Materia prima													
Tinto	15,56	16,86	5,19	16,08	18,15	20,75	18,15	15,56	5,19	15,56	22,56	20,23	189,84
Espresso	15,94	18,84	7,25	15,36	17,39	18,84	18,84	18,84	7,25	17,39	18,84	18,84	193,59
Americano	29,99	34,27	17,14	38,56	36,41	34,27	36,41	34,27	17,14	32,13	34,27	34,70	379,56
Macchiato	30,01	34,12	17,68	58,78	57,14	34,94	34,12	34,12	17,68	40,70	34,12	34,12	427,52
Cappuccino	26,83	30,50	15,80	49,61	56,60	30,50	30,50	30,50	15,80	31,97	45,20	30,50	394,33
Espresso con panna	45,37	52,69	23,42	38,06	49,77	53,43	52,69	51,23	23,42	49,77	52,69	54,16	546,69
Moccacino	30,99	35,99	15,99	31,99	33,49	35,99	35,99	35,99	15,99	33,49	35,99	35,99	377,85
Latte	65,79	73,18	36,22	70,96	69,48	95,36	72,44	73,18	36,22	85,01	73,18	71,70	822,73
Affogato	40,22	48,60	15,08	41,90	44,41	48,60	48,60	48,60	15,08	44,41	48,60	48,60	492,69

Corretto	42,34	52,92	10,58	41,28	45,51	52,92	52,92	52,92	10,58	45,51	52,92	52,92	513,32
Jugo natural	18,90	21,00	10,50	14,70	19,95	21,00	21,00	20,79	10,50	19,95	21,00	21,21	220,50
Limonada natural	7,64	9,01	2,18	5,46	8,33	9,01	9,01	9,01	2,18	8,33	9,01	9,01	88,18
Chocolate	22,54	26,79	5,53	18,29	24,66	26,79	35,30	26,79	5,53	24,66	26,79	26,79	270,46
Aromática	5,99	7,56	1,26	5,36	6,77	7,56	7,56	7,56	1,26	6,77	7,56	7,56	72,77
Malteada	34,47	53,63	15,32	34,47	65,12	53,63	53,63	53,63	15,32	34,47	53,63	53,63	520,93
Pastel de pollo	35,30	36,57	26,79	22,96	37,42	37,00	38,27	33,59	26,79	22,54	37,00	36,57	390,80
Dedo de queso	30,95	28,64	16,63	20,56	22,41	29,34	31,42	23,33	16,63	18,02	21,71	26,33	285,98
Pastel hawaiano	34,51	35,76	26,20	22,45	36,59	36,17	37,42	32,85	26,20	22,04	36,17	35,76	382,12
Muffin	7,68	7,99	5,63	4,71	7,99	8,09	7,99	8,19	5,63	4,71	7,99	8,70	85,28
Bolón	90,07	94,82	90,07	44,25	94,82	99,56	94,82	94,82	90,07	44,25	94,82	94,82	1.027,16
Corviche	24,99	26,06	24,99	14,64	26,06	26,06	26,42	26,06	24,99	14,64	26,06	27,13	288,10
Pan de yuca	34,00	27,04	18,21	15,80	33,74	26,78	36,95	25,17	18,21	15,80	24,90	23,29	299,88
Empanada de carne	44,34	35,26	23,74	20,60	43,99	34,91	48,18	32,82	23,74	20,60	32,47	30,37	391,02
Empanada de queso	34,00	27,04	18,21	15,80	33,74	26,78	36,95	25,17	18,21	15,80	24,90	23,29	299,88
Waffles	63,95	67,14	63,95	33,04	67,14	67,14	67,14	67,14	63,95	33,04	67,14	67,14	727,91
Torta de chocolate	25,83	26,78	19,53	16,70	26,78	26,78	26,78	26,46	19,53	16,70	26,78	28,04	286,65
Torta de Queso	25,83	26,78	19,53	16,70	26,78	26,78	26,78	26,46	19,53	16,70	26,78	28,04	286,65
Desayuno	44,46	46,28	38,37	26,19	46,28	45,07	48,11	47,50	38,37	26,19	46,89	48,72	502,43
Churros Nutella y manjar x8	75,01	94,16	28,73	89,38	86,18	97,36	70,22	98,95	25,54	113,32	100,55	55,86	935,26
Churros Junior surtidos x16	49,90	72,77	22,87	49,90	54,05	85,24	54,05	70,69	16,63	60,29	41,58	76,92	654,89
Total													12.354,95
Total													33.635,99

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 56 Costos año 3

Año 3													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios													
Barista	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Mesero	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Administrador	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Total													20.575,44
Insumos de limpieza													
Insumos de limpieza	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	15,99	191,84
Total													191,84
Servicios básicos													
Internet	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	41,90	502,74
Gas	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	3,86	46,31
Total													549,05
Materia prima													
Tinto	16,34	17,70	5,45	16,88	19,06	21,79	19,06	16,34	5,45	16,34	23,69	21,24	199,34
Espresso	16,74	19,78	7,61	16,13	18,26	19,78	19,78	19,78	7,61	18,26	19,78	19,78	203,27
Americano	31,49	35,99	17,99	40,48	38,23	35,99	38,23	35,99	17,99	33,74	35,99	36,44	398,54
Macchiato	31,51	35,83	18,56	61,72	60,00	36,69	35,83	35,83	18,56	42,73	35,83	35,83	448,89
Cappuccino	28,17	32,03	16,59	52,09	59,42	32,03	32,03	32,03	16,59	33,57	47,46	32,03	414,04
Espresso con panna	47,64	55,33	24,59	39,96	52,25	56,10	55,33	53,79	24,59	52,25	55,33	56,86	574,03
Moccacino	32,54	37,78	16,79	33,59	35,16	37,78	37,78	37,78	16,79	35,16	37,78	37,78	396,74
Latte	69,08	76,84	38,03	74,51	72,96	100,12	76,06	76,84	38,03	89,26	76,84	75,29	863,87
Affogato	42,23	51,03	15,84	43,99	46,63	51,03	51,03	51,03	15,84	46,63	51,03	51,03	517,32

Corretto	44,45	55,57	11,11	43,34	47,79	55,57	55,57	55,57	11,11	47,79	55,57	55,57	538,99
Jugo natural	19,85	22,05	11,03	15,44	20,95	22,05	22,05	21,83	11,03	20,95	22,05	22,27	231,53
Limonada natural	8,03	9,46	2,29	5,73	8,74	9,46	9,46	9,46	2,29	8,74	9,46	9,46	92,59
Chocolate	23,67	28,13	5,80	19,20	25,90	28,13	37,06	28,13	5,80	25,90	28,13	28,13	283,98
Aromática	6,28	7,94	1,32	5,62	7,11	7,94	7,94	7,94	1,32	7,11	7,94	7,94	76,40
Malteada	36,20	56,31	16,09	36,20	68,37	56,31	56,31	56,31	16,09	36,20	56,31	56,31	546,98
Pastel de pollo	37,06	38,40	28,13	24,11	39,29	38,85	40,19	35,27	28,13	23,67	38,85	38,40	410,34
Dedo de queso	32,50	30,08	17,46	21,59	23,53	30,80	32,99	24,50	17,46	18,92	22,80	27,65	300,28
Pastel hawaiano	36,24	37,55	27,51	23,58	38,42	37,98	39,29	34,49	27,51	23,14	37,98	37,55	401,23
Muffin	8,06	8,38	5,91	4,94	8,38	8,49	8,38	8,60	5,91	4,94	8,38	9,14	89,54
Bolón	94,58	99,56	94,58	46,46	99,56	104,53	99,56	99,56	94,58	46,46	99,56	99,56	1.078,52
Corviche	26,24	27,36	26,24	15,37	27,36	27,36	27,74	27,36	26,24	15,37	27,36	28,49	302,50
Pan de yuca	35,70	28,39	19,12	16,59	35,42	28,11	38,80	26,43	19,12	16,59	26,15	24,46	314,87
Empanada de carne	46,56	37,02	24,93	21,63	46,19	36,66	50,59	34,46	24,93	21,63	34,09	31,89	410,57
Empanada de queso	35,70	28,39	19,12	16,59	35,42	28,11	38,80	26,43	19,12	16,59	26,15	24,46	314,87
Wafles	67,14	70,50	67,14	34,69	70,50	70,50	70,50	70,50	67,14	34,69	70,50	70,50	764,30
Torta de chocolate	27,12	28,11	20,51	17,53	28,11	28,11	28,11	27,78	20,51	17,53	28,11	29,44	300,98
Torta de Queso	27,12	28,11	20,51	17,53	28,11	28,11	28,11	27,78	20,51	17,53	28,11	29,44	300,98
Desayuno	46,68	48,60	40,29	27,50	48,60	47,32	50,52	49,88	40,29	27,50	49,24	51,16	527,55
Churros Nutella y manjar x8	78,76	98,87	30,16	93,84	90,49	102,22	73,74	103,90	26,81	118,98	105,58	58,65	982,02
Churros Junior surtidos x16	52,39	76,40	24,01	52,39	56,76	89,50	56,76	74,22	17,46	63,31	43,66	80,77	687,63
Total													12.972,70
Total												34.289,02	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Tabla 57 Costos año 4

Año 4													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios													
Barista	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Mesero	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Administrador	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Total													20.575,44
Insumos de limpieza													
Insumos de limpieza	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	16,79	201,43
Total													201,43
Servicios básicos													
Internet	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	43,99	527,88
Gas	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05	48,62
Total													576,50
Materia prima													
Tinto	17,16	18,59	5,72	17,73	20,02	22,87	20,02	17,16	5,72	17,16	24,88	22,30	209,30
Espresso	17,57	20,77	7,99	16,93	19,17	20,77	20,77	20,77	7,99	19,17	20,77	20,77	213,43
Americano	33,06	37,78	18,89	42,51	40,15	37,78	40,15	37,78	18,89	35,42	37,78	38,26	418,47
Macchiato	33,08	37,62	19,49	64,81	63,00	38,52	37,62	37,62	19,49	44,87	37,62	37,62	471,34
Cappuccino	29,58	33,63	17,42	54,70	62,40	33,63	33,63	33,63	17,42	35,25	49,84	33,63	434,75
Espresso con panna	50,03	58,09	25,82	41,96	54,87	58,90	58,09	56,48	25,82	54,87	58,09	59,71	602,73
Moccacino	34,16	39,67	17,63	35,27	36,92	39,67	39,67	39,67	17,63	36,92	39,67	39,67	416,58
Latte	72,53	80,68	39,93	78,24	76,61	105,13	79,87	80,68	39,93	93,72	80,68	79,05	907,06
Affogato	44,34	53,58	16,63	46,19	48,96	53,58	53,58	53,58	16,63	48,96	53,58	53,58	543,19

Corretto	46,68	58,34	11,67	45,51	50,18	58,34	58,34	58,34	11,67	50,18	58,34	58,34	565,94
Jugo natural	20,84	23,15	11,58	16,21	21,99	23,15	23,15	22,92	11,58	21,99	23,15	23,38	243,10
Limonada natural	8,43	9,93	2,41	6,02	9,18	9,93	9,93	9,93	2,41	9,18	9,93	9,93	97,22
Chocolate	24,85	29,54	6,09	20,16	27,19	29,54	38,91	29,54	6,09	27,19	29,54	29,54	298,18
Aromática	6,60	8,33	1,39	5,90	7,47	8,33	8,33	8,33	1,39	7,47	8,33	8,33	80,22
Malteada	38,01	59,12	16,89	38,01	71,79	59,12	59,12	59,12	16,89	38,01	59,12	59,12	574,33
Pastel de pollo	38,91	40,32	29,54	25,32	41,26	40,79	42,20	37,04	29,54	24,85	40,79	40,32	430,86
Dedo de queso	34,13	31,58	18,34	22,67	24,70	32,34	34,64	25,72	18,34	19,86	23,94	29,03	315,29
Pastel hawaiano	38,05	39,42	28,88	24,75	40,34	39,88	41,26	36,22	28,88	24,30	39,88	39,42	421,29
Muffin	8,47	8,80	6,21	5,19	8,80	8,92	8,80	9,03	6,21	5,19	8,80	9,59	94,02
Bolón	99,31	104,53	99,31	48,78	104,53	109,76	104,53	104,53	99,31	48,78	104,53	104,53	1.132,45
Corviche	27,55	28,73	27,55	16,14	28,73	28,73	29,13	28,73	27,55	16,14	28,73	29,91	317,63
Pan de yuca	37,49	29,81	20,07	17,42	37,19	29,52	40,74	27,75	20,07	17,42	27,45	25,68	330,62
Empanada de carne	48,88	38,88	26,17	22,71	48,50	38,49	53,12	36,18	26,17	22,71	35,80	33,49	431,10
Empanada de queso	37,49	29,81	20,07	17,42	37,19	29,52	40,74	27,75	20,07	17,42	27,45	25,68	330,62
Waffles	70,50	74,02	70,50	36,42	74,02	74,02	74,02	74,02	70,50	36,42	74,02	74,02	802,52
Torta de chocolate	28,48	29,52	21,53	18,41	29,52	29,52	29,52	29,17	21,53	18,41	29,52	30,91	316,03
Torta de Queso	28,48	29,52	21,53	18,41	29,52	29,52	29,52	29,17	21,53	18,41	29,52	30,91	316,03
Desayuno	49,01	51,03	42,30	28,87	51,03	49,69	53,04	52,37	42,30	28,87	51,70	53,71	553,92
Churros Nutella y manjar x8	82,70	103,82	31,67	98,54	95,02	107,33	77,42	109,09	28,15	124,93	110,85	61,59	1.031,12
Churros Junior surtidos x16	55,01	80,22	25,21	55,01	59,59	93,98	59,59	77,93	18,34	66,47	45,84	84,81	722,01
Total													13.621,33
Total												34.974,70	

*Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autora*

Tabla 58 Costos año 5

Año 5													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios													
Barista	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Mesero	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Administrador	507,79	507,79	847,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	507,79	932,79	6.858,48
Total													20.575,44
Insumos de limpieza													
Insumos de limpieza	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	17,62	211,50
Total													211,50
Servicios básicos													
Internet	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	46,19	554,27
Gas	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	4,25	51,05
Total													605,32
Materia prima													
Tinto	18,01	19,51	6,00	18,61	21,02	24,02	21,02	18,01	6,00	18,01	26,12	23,42	219,77
Espresso	18,45	21,81	8,39	17,78	20,13	21,81	21,81	21,81	8,39	20,13	21,81	21,81	224,10
Americano	34,71	39,67	19,84	44,63	42,15	39,67	42,15	39,67	19,84	37,19	39,67	40,17	439,39
Macchiato	34,74	39,50	20,46	68,05	66,15	40,45	39,50	39,50	20,46	47,11	39,50	39,50	494,91
Cappuccino	31,06	35,31	18,29	57,43	65,52	35,31	35,31	35,31	18,29	37,01	52,33	35,31	456,48
Espresso con panna	52,53	61,00	27,11	44,05	57,61	61,85	61,00	59,30	27,11	57,61	61,00	62,69	632,86
Moccacino	35,87	41,66	18,51	37,03	38,76	41,66	41,66	41,66	18,51	38,76	41,66	41,66	437,41
Latte	76,16	84,72	41,93	82,15	80,44	110,39	83,86	84,72	41,93	98,41	84,72	83,00	952,41
Affogato	46,56	56,26	17,46	48,50	51,41	56,26	56,26	56,26	17,46	51,41	56,26	56,26	570,34

Corretto	49,01	61,26	12,25	47,78	52,68	61,26	61,26	61,26	12,25	52,68	61,26	61,26	594,24
Jugo natural	21,88	24,31	12,16	17,02	23,09	24,31	24,31	24,07	12,16	23,09	24,31	24,55	255,26
Limonada natural	8,85	10,43	2,53	6,32	9,64	10,43	10,43	10,43	2,53	9,64	10,43	10,43	102,08
Chocolate	26,09	31,01	6,40	21,17	28,55	31,01	40,86	31,01	6,40	28,55	31,01	31,01	313,09
Aromática	6,93	8,75	1,46	6,20	7,84	8,75	8,75	8,75	1,46	7,84	8,75	8,75	84,23
Malteada	39,91	62,08	17,74	39,91	75,38	62,08	62,08	62,08	17,74	39,91	62,08	62,08	603,05
Pastel de pollo	40,86	42,34	31,01	26,58	43,32	42,83	44,31	38,89	31,01	26,09	42,83	42,34	452,41
Dedo de queso	35,83	33,16	19,25	23,80	25,94	33,96	36,37	27,01	19,25	20,86	25,14	30,48	331,06
Pastel hawaiano	39,95	41,40	30,32	25,99	42,36	41,88	43,32	38,03	30,32	25,51	41,88	41,40	442,35
Muffin	8,89	9,24	6,52	5,45	9,24	9,36	9,24	9,48	6,52	5,45	9,24	10,07	98,72
Bolón	104,27	109,76	104,27	51,22	109,76	115,25	109,76	109,76	104,27	51,22	109,76	109,76	1.189,07
Corviche	28,93	30,17	28,93	16,94	30,17	30,17	30,58	30,17	28,93	16,94	30,17	31,41	333,51
Pan de yuca	39,36	31,31	21,08	18,29	39,05	31,00	42,77	29,14	21,08	18,29	28,83	26,97	347,15
Empanada de carne	51,33	40,82	27,48	23,85	50,92	40,42	55,77	37,99	27,48	23,85	37,59	35,16	452,65
Empanada de queso	39,36	31,31	21,08	18,29	39,05	31,00	42,77	29,14	21,08	18,29	28,83	26,97	347,15
Wafles	74,02	77,73	74,02	38,25	77,73	77,73	77,73	77,73	74,02	38,25	77,73	77,73	842,64
Torta de chocolate	29,90	31,00	22,61	19,33	31,00	31,00	31,00	30,63	22,61	19,33	31,00	32,45	331,83
Torta de Queso	29,90	31,00	22,61	19,33	31,00	31,00	31,00	30,63	22,61	19,33	31,00	32,45	331,83
Desayuno	51,46	53,58	44,41	30,31	53,58	52,17	55,69	54,99	44,41	30,31	54,28	56,40	581,62
Churros Nutella y manjar x8	86,84	109,01	33,26	103,46	99,77	112,70	81,29	114,55	29,56	131,18	116,40	64,66	1.082,68
Churros Junior surtidos x16	57,76	84,23	26,47	57,76	62,57	98,67	62,57	81,83	19,25	69,79	48,13	89,05	758,11
Total													14.302,40
Total												35.694,66	

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autora

Lapso y cronograma de ejecución

El plan de implementación consta de 3 etapas las cuales detallan las actividades a realizar cronológicamente para la correcta implementación del negocio: inmueble, marketing y gestión.

El detalle de las actividades y plazos se muestra a continuación:

Tabla 59 Lapso y cronograma de ejecución

	Ene.-23	Febr.-23	Mmar.-23	Abri.-23	Mav.-23	Jun.-23	Jul.-23	Ago.-23	Sep.-23	Oct.-23	Nov.-23	Dic.-23	Ene.-24	Febr.-24
Inmueble														
Construcción														
Compra equipamiento														
Equipamiento piezas														
Marketing														
Desarrollocampaña														
Diseños gráficos														
Lanzamientocampaña														
Diseño														
Gestión de redes y grupo														
Gestión														
Reclutamiento personal														
Contratación personal														
Inauguración														
Inicio de operaciones														

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autora